

RAPORT
Z KONTROLI DZIAŁALNOŚCI
ORGANIZATORÓW TURYSTYKI

Warszawa - Katowice, lipiec 2011

Opracowanie:
Delegatura UOKiK w Katowicach

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP	5
1. Wprowadzenie.....	5
2. Podstawy prawne przeprowadzenia kontroli	5
3. Zakres przedmiotowy kontroli	6
4. Zakres podmiotowy kontroli.....	7
II. KONSTRUKCJA UMÓW O ŚWIADCZENIE USŁUG TURYSTYCZNYCH	8
III. NIEPRAWIDŁOWOŚCI W ZAKRESIE WYMAGANEJ TREŚCI UMÓW	10
IV. ANALIZA KLAUZUL STOSOWANYCH PRZEZ ORGANIZATORÓW TURYSTYKI.....	13
1. Postanowienia wyłączone lub ograniczające odpowiedzialność organizatorów turystyki za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy.....	13
Wyznaczenie górnej granicy odpowiedzialności.....	14
Określenie okoliczności i przedmiotów, za które przedsiębiorca nie odpowiada.....	14
Wyłączenia odpowiedzialności uzasadniane działaniem lub zaniechaniem konsumenta	16
Wyłączenia odpowiedzialności za błędy zawarte w materiałach reklamowych	17
2. Postanowienia zawierające regulacje na wypadek wystąpienia okoliczności szczególnych.....	18
3. Postanowienia uprawniające do zmiany warunków umowy o świadczenie usług turystycznych innych, niż dotyczących ceny	19
4. Postanowienia uprawniające do zmiany warunków umowy o świadczenie usług turystycznych w zakresie dotyczącym ceny.....	22
Postanowienia uprawniające do zmiany ceny z przyczyn innych niż wymienione w ustawie o usługach turystycznych lub innych niż precyzyjnie określone w umowie	22
Postanowienia uprawniające do zmiany ceny w niewłaściwym terminie	23
5. Postanowienia uprawniające do zmiany świadczeń w trakcie imprezy turystycznej.....	24
6. Postanowienia wyłączone obowiązek zwrotu konsumentowi części ceny stanowiącej ekwiwalent za niewykorzystane świadczenie	27
7. Postanowienia nakładające na konsumentów odstępujących od umowy obowiązek zapłaty rażąco wygórowanych świadczeń pieniężnych oraz uprawniające przedsiębiorców do dokonywania potrąceń.....	28



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

8. Postanowienia przewidujące prawo przedsiębiorcy do zatrzymania zaliczki.....	30
9. Klauzule uprawniające do pobierania od konsumentów nieuzasadnionych opłat.....	30
10. Postanowienia regulujące tryb reklamacyjny	31
Postanowienia określające obowiązek spełnienia przez konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności	31
Klauzule określające prawo do złożenia reklamacji w rażąco krótkim terminie	33
Klauzule przyznające przedsiębiorcom prawo do rozpatrzenia reklamacji w terminie dłuższym niż ustawowy	35
11. Postanowienia określające właściwość sądu.....	35
12. Klauzule określające konsekwencje ponoszone przez konsumentów, którzy w trakcie imprezy spowodowali powstanie szkody	36
13. Klauzule uprawniające organizatorów turystyki do rozwiązania umowy z uczestnikiem imprezy w jej trakcie.....	37
14. Klauzule uprawniające organizatorów turystyki do wykorzystywania danych osobowych konsumentów dla celów innych niż związane z wykonaniem umowy	38
15. Postanowienia uprawniające organizatorów do wykorzystywania wizerunku konsumentów bez ich wyraźnej zgody	38
V. WNIOSKI	41
VI. PLANOWANE I PODJĘTE DZIAŁANIA	43
VII. DZIAŁANIA URZĘDU WZGLĘDEM ORGANIZATORÓW TURYSTYKI W LATACH 2008 – 2011	44

I. WSTĘP

1. Wprowadzenie

Od lutego do czerwca 2011 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził piątą ogólnopolską kontrolę działalności organizatorów turystyki. Wcześniejsze kontrole miały miejsce w latach 2003, 2004, 2005 i 2008. O konieczności ponownego podjęcia działań dotyczących branży turystycznej zadecydowały wyniki poprzednich akcji tego typu. W toku wszystkich wcześniejszych kontroli, jak i w ramach postępowań prowadzonych niezależnie od takich skoordynowanych działań, ujawniono w niniejszej branży szereg nieprawidłowości. Zauważyć także trzeba, że z uwagi na znaczną liczbę podmiotów prowadzących w Polsce działalność polegającą na organizowaniu imprez nie była możliwa weryfikacja ich działań w ramach jednej kontroli. Przeprowadzenie jednorazowego badania całej branży turystycznej nie byłoby też celowe. Podejmowanie działań w różnych latach umożliwia bowiem zwrócenie uwagi tak przedstawicielom branży, jak i osobom korzystającym z ich usług, na zmiany, jakie zachodzą w przepisach prawa oraz w orzecznictwie sądowym. Celem prowadzenia tego typu akcji nie jest bowiem represja w przypadku wykrycia nieprawidłowości, lecz przede wszystkim wyeliminowanie nieprawidłowości oraz podniesienie świadomości prawnej wszystkich uczestników rynku.

Po raz pierwszy część podmiotów wskazanych w niniejszym Raporcie została poddana ponownej kontroli, aby zweryfikować skuteczność wcześniejszych działań Presa Urzędu, a także ocenić, czy przedsiębiorcy są skłonni powracać do niezgodnych z prawem praktyk, czy też śledzą zmiany przepisów, aby na bieżąco dostosowywać stosowane przez siebie dokumenty do zmieniających się wymogów.

Z tego też względu 52 przedsiębiorców wymienionych w Załączniku do niniejszego Raportu, to przedsiębiorcy kontrolowani przez UOKiK po raz pierwszy, a pozostałych 35, to przedsiębiorcy, którzy byli już wcześniej kontrolowani (w przeważającej mierze w 2008 roku). Przy przedsiębiorcach poddanych rekontrolom w Załączniku zamieszczono stosowną adnotację na ten temat.

Niniejszy Raport został podzielony na siedem części, aby możliwe było usystematyzowanie podstawowych danych na temat kontrolowanej branży, przeprowadzonego badania i zgromadzonych w jego toku informacji. W załącznikach zamieszczono natomiast szczegółowe dane na temat skontrolowanych podmiotów oraz poczynionych ustaleń, a także na temat obowiązującego prawa.

2. Podstawy prawne przeprowadzenia kontroli

Stosownie do art. 31 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) Prezes Urzędu sprawuje kontrolę nad przestrzeganiem przez przedsiębiorców jej przepisów, a także występuje do nich w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów. W związku z przywołanym zakresem obowiązków, Prezes UOKiK prowadzi ogólnopolskie kontrole działalności przedsiębiorców z wybranych branż.

Ww. przepis stanowi ogólną podstawę prawną działania w ramach kontroli, której dotyczy niniejszy Raport.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

W poszczególnych Delegaturach Urzędu kontrola odbywała się natomiast w ramach postępowań wyjaśniających mających na celu wstępne ustalenie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań, o jakich mowa we właściwych ustawach oraz, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Postępowania te zostały wszczęte na podstawie art. 48 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kolejne działania, w zależności od rodzaju naruszenia, mogą być podejmowane bądź to w trybie administracyjnym, w ramach postępowań wszczynanych z urzędu na podstawie art. 49 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, bądź to w drodze postępowania sądowego inicjowanego powództwem wytaczanym na podstawie art. 479³⁶ i następnych ustawy z 17 listopada 1964 roku Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 1964 roku, Nr 43, poz. 296 z późn. zm., zwanej dalej także k.p.c.). W tym miejscu wspomnieć warto o uchwale Izby Cywilnej Sądu Najwyższego z dnia 13 stycznia 2011 roku (III CZP 119/10), która będzie miała wpływ na określanie trybu podejmowanych działań. W uchwale tej stwierdzono, że postanowienie wzorca umowy sprzeczne z bezwzględnie obowiązującym przepisem ustawy nie może zostać uznane za niedozwolone postanowienie umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 k.c. W takim przypadku właściwe jest stwierdzenie niezgodności danej regulacji z bezwzględnie obowiązującym przepisem właściwej ustawy w trybie administracyjnym, a więc po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

3. Zakres przedmiotowy kontroli

Kontrolą, której wyniki przedstawiono w niniejszym Raporcie, objęto 171 wzorców umów stosowanych przez organizatorów turystyki przy zawieraniu umów z konsumentami. Pod pojęciem wzorców umów należy rozumieć w szczególności ogólne warunki umów, wzory umów, regulaminy, ale także wszelkie inne dokumenty mające cechy wzorców bez względu na ich nazwy stosowane w obrocie (np. zgłoszenie uczestnictwa, zgłoszenie rezygnacji). Zaznaczyć trzeba, że ilość przeanalizowanych wzorców przewyższa ilość skontrolowanych przedsiębiorców, co wynika z tego, iż większość organizatorów stosuje jednocześnie wzór umowy oraz drugi dodatkowy dokument, jak np. ogólne warunki uczestnictwa, czy regulamin.

Kontrolą objęto także umowy faktycznie zawarte z konsumentami, gdyż tylko ich weryfikacja pozwała na sprawdzenie, czy przedsiębiorcy stosują się do wymogów stawianych im na mocy ustawy o usługach turystycznych.

Z uwagi na fakt, że w przypadku braku określonych regulacji w umowach o świadczenie usług turystycznych, zastosowanie znajdują odpowiednie wskazania znajdujące się w informacjach pisemnych zawartych w broszurach, folderach, katalogach i podobnych materiałach, za celowe uznano objęcie zakresem kontroli także treści takich materiałów reklamowych.

W ramach opisywanego badania kontrolowano umowy dotyczące świadczenia usług turystycznych w ramach imprez turystycznych, a więc takie, które dotyczą co najmniej dwóch połączonych ze sobą usług takich jak hotelarskie, transportowe, przewodnickie, czy gastronomiczne. Umowy o imprezę turystyczną cechuje więc złożony charakter, co wynika z faktu, że dotyczą one więcej niż jednego świadczenia, a określony w umowie program stanowi całość świadczeń, które powinny zostać zrealizowane łącznie.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że stosownie do art. 3 pkt. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych (t. j. Dz. U. z 2004 roku, Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.) przez



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

usługi turystyczne należy rozumieć usługi przewodnickie, hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym. Ich rodzaj będzie więc zależał od ustalonego programu, od profilu konkretnej imprezy. Mogą to być usługi edukacyjne, rehabilitacyjne, z zakresu opieki nad dziećmi, czy np. wypożyczanie sprzętu sportowego w kompleksach wypoczynkowych. Natomiast impreza turystyczna, to - zgodnie z art. 3 pkt. 2 ww. ustawy - co najmniej dwie usługi turystyczne tworzące jednolity program i objęte wspólną ceną, jeżeli obejmują one nocleg lub trwają ponad 24 godziny albo jeżeli ich program przewiduje zmianę miejsca pobytu.

Zgromadzone w toku kontroli dokumenty poddano analizie przede wszystkim pod kątem zgodności z przepisami ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm., zwanej dalej także k.c.) w zakresie dotyczącym niedozwolonych postanowień umownych i ewentualnych naruszeń ustawy o usługach turystycznych oraz stosowania postanowień tożsamyh z klauzulami wpisanymi już do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone¹.

4. Zakres podmiotowy kontroli

Niniejszym badaniem zostali objęci wybrani przedsiębiorcy działający w branży turystycznej posiadający przymiot organizatorów turystyki. Zgodnie z art. 3 pkt 5 ustawy o usługach turystycznych organizatorem turystyki jest przedsiębiorca organizujący imprezę turystyczną, a zatem przygotowujący, oferujący oraz realizujący co najmniej dwie usługi turystyczne tworzące jednolity program i objęte wspólną ceną. Z powyższego wynika, że niniejszą kontrolą objęto przedsiębiorców, którzy zawierają z konsumentami umowy we własnym imieniu. Nie zawsze zawierają oni przedmiotowe umowy samodzielnie, jednakże istotne jest, że to ci przedsiębiorcy są ich stronami.

Podmioty objęte niniejszą kontrolą cechuje znaczna różnorodność, są to bowiem zarówno osoby fizyczne działające jednoosobowo, jak i duże spółki prawa handlowego, jak np. spółki z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółki akcyjne.

Łącznie kontroli poddano 87 przedsiębiorców, w tym 52 kontrolowanych po raz pierwszy, a 35 po raz kolejny.

Mając na względzie fakt, że co do zasady, ze względu na skalę prowadzonej działalności, najbardziej dotkliwie zbiorowe interesy konsumentów mogą naruszać przedsiębiorcy zawierający najwięcej umów z konsumentami lub zawierający umowy o najwyższej wartości, kryterium wyboru przedsiębiorców kontrolowanych po raz pierwszy stanowiła wysokość sumy gwarancji. Wysokość sum gwarancji, która decydowała o poddaniu danego przedsiębiorcy kontroli, była zróżnicowana w skali całego kraju. Wynikało to z faktu, iż wyboru dokonywano odrębnie dla każdego województwa. Spośród wszystkich organizatorów działających na polskim rynku wytypowano 53 takie podmioty z terenu całego kraju.

Drugą grupę kontrolowanych przedsiębiorców stanowiły podmioty, których działalność była przedmiotem zainteresowania Prezesa Urzędu w poprzednich latach, głównie w ramach kontroli przeprowadzonej w 2008r. Zasadniczo były to podmioty, u których wcześniej stwierdzono najwięcej naruszeń lub też, u których stwierdzono naruszenia szczególnie dotkliwe dla konsumentów. Skontrolowano 35 takich organizatorów.

¹ Rejestr postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone jest dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem: http://www.uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php

II. KONSTRUKCJA UMÓW O ŚWIADCZENIE USŁUG TURYSTYCZNYCH

Ustawa o usługach turystycznych wprowadziła w art. 14 ust. 1 wymóg nadania umowie o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych formy pisemnej. Niedochowanie niniejszej formy nie powoduje jednak nieważności umowy, wobec czego okoliczność ta nie ma znaczenia dla zakresu praw i obowiązków obu jej stron. Okoliczność niedochowania formy pisemnej w obrocie konsumenckim nie powoduje też ograniczeń dowodowych w przypadku zaistnienia sporu pomiędzy konsumentem, a przedsiębiorcą, a zatem nie ma wpływu na możliwość dochodzenia przez konsumenta roszczeń.²

Ustawodawca przewidział obowiązkowe składniki umowy o świadczenie usług w ramach imprezy turystycznej, których zamieszczenie w umowie ma zapewniać możliwie najpełniejszą regulację i transparentność stosunku prawnego. W art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych wymieniono szereg elementów, które taka umowa powinna zawierać. Można je podzielić na:

- dane umożliwiające identyfikację organizatora,
- regulacje odnoszące się wprost do świadczeń będących przedmiotem umowy,
- regulacje odnoszące się do zasad modyfikowania umowy lub jej rozwiązywania,
- regulacje normujące tryb postępowania stron na wypadek zaistnienia nieprawidłowości przy wykonywaniu umowy.

Obowiązek rzetelnego określania warunków, na jakich umowa będzie zawierana, poprzedza jednak moment jej zawarcia. Ustawa o usługach turystycznych odnosi się więc także do treści materiałów reklamowych stosowanych przez organizatorów imprez turystycznych. Z art. 12 niniejszej ustawy wynika mianowicie, że organizator turystyki, który proponuje klientom imprezy turystyczne, udostępniając im odpowiednie informacje pisemne, a w szczególności broszury, foldery, katalogi, ma obowiązek wskazać w tych materiałach, w sposób dokładny i zrozumiały, szereg istotnych informacji.³ Ich zakres pokrywa się w dużej mierze z kwestiami, jakie następnie zostaną szczegółowo uregulowane w umowie. Dodatkowo materiały reklamowe powinny zawierać ogólne wskazania na temat obowiązujących przepisów paszportowych, wizowych i sanitarnych, a także o wymaganiach zdrowotnych dotyczących udziału w imprezie turystycznej. Informacje zamieszczone w materiałach reklamowych nie mogą wprowadzać potencjalnych klientów w błąd. Zamieszczenie nierzetelnych informacji w materiałach reklamowych, o jakich mowa powyżej, ma tym większe znaczenie, że w przypadku braku uregulowania określonej kwestii w umowie, odpowiednie wskazania zawarte we wszystkich innych informacjach pisemnych kierowanych przez danego przedsiębiorcę do konsumentów (a więc także materiały reklamowe), stają się elementem umowy.

² Art. 74 § 2 k.c.: „Jednakże mimo niezachowania formy pisemnej przewidzianej dla celów dowodowych, dowód ze świadków lub dowód z przesłuchania stron jest dopuszczalny, jeżeli obie strony wyrażą na to zgodę, jeżeli żąda tego konsument w sporze z przedsiębiorcą albo jeżeli fakt dokonania czynności prawnej będzie uprawdopodobniony za pomocą pisma”.

³ Przedsiębiorca jest zobowiązany podać w materiałach reklamowych informacje na temat ceny, miejsca pobytu lub trasy imprezy, rodzaju, klasy, kategorii środka transportu, położenia, rodzaju i kategorii obiektu zakwaterowania (według przepisów kraju pobytu), ilości i rodzaju posiłków, programu zwiedzania i atrakcji turystycznych, kwoty lub procentowego udziału zaliczki w cenie imprezy turystycznej lub usługi turystycznej oraz terminu zapłaty całej ceny, terminu powiadomienia klienta na piśmie o ewentualnym odwołaniu imprezy turystycznej lub usługi turystycznej z powodu niewystarczającej liczby zgłoszeń, jeżeli realizacja usług jest uzależniona od liczby zgłoszeń, podstaw prawnych umowy i konsekwencji prawnych wynikających z umowy.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

W przypadku wprowadzenia do faktycznie zawartej umowy regulacji, które są sprzeczne z postanowieniami zaproponowanego przez przedsiębiorcę wzorca umowy (np. z regulaminem), który w danym przypadku równocześnie jest stosowany, strony są związane indywidualnie uzgodnioną treścią umowy. Co do zasady jednak umowy o świadczenie usług turystycznych, które są przedmiotem niniejszego raportu, nie podlegały negocjacom, a więc nie zawierały indywidualnych uzgodnień obu stron umowy. Oznacza to, że w większości przypadków konsumenci mieli możliwość wyboru jedynie jednej z ofert przedsiębiorcy, a nie mieli możliwości zmieniania warunków, na jakich umowa będzie zawarta. Jedynie część z elementów tych umów była ustalana indywidualnie, ale tylko w granicach wariantów przewidzianych dla danej imprezy turystycznej (ustalenie terminu, wybór opcji dojazdu własnego lub zorganizowanego przez przedsiębiorcę, wybór zakresu świadczeń dotyczących wyżywienia itp.).

Istotne jest także to, że przedsiębiorca nie może powołać się na obowiązywanie danego wzorca, jeśli nie doręczy go konsumentowi. Stosownie do art. 384 § 1 k.c. ustalony przez jedną stronę wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzory umów, regulaminy, wiążą drugą stronę, jeżeli zostały jej doręczone przy zawarciu umowy.

W tym miejscu zważyć też trzeba, że strony umów o świadczenie usług turystycznych mają ograniczone możliwości modyfikowania regulacji zawartych w ustawie o usługach turystycznych. Strony umowy mają taką możliwość jedynie wówczas, gdy dopuszcza to przepis prawa i w prawem określonym zakresie. Jak wynika z art. 19 ust. 1 tej ustawy, postanowienia umów zawieranych przez organizatorów turystyki z klientami mniej korzystne dla klientów niż postanowienia ustawy są nieważne. Z powyższego wynika zatem, że strony mogą tak ukształtować wiążącą je umowę o świadczenie usług turystycznych, że jej postanowienia będą bardziej korzystne dla konsumenta, niżby to wynikało z ustawy. Nigdy natomiast modyfikacja nie może zostać dokonana na niekorzyść konsumenta.

III. NIEPRAWIDŁOWOŚCI W ZAKRESIE WYMAGANEJ TREŚCI UMOW

Ustawa o usługach turystycznych określa szczegółowe wymagania odnośnie treści umów o świadczenie usług w ramach imprez turystycznych. Umowy te powinny szczegółowo określać przedmiot umowy, zakres należnych uczestnikowi świadczeń oraz odpowiadającą temu cenę, do zapłaty której jest on zobowiązany, a także inne istotne elementy (np. termin zgłaszania reklamacji). Brak stosownych danych w umowie może pociągać za sobą liczne komplikacje, prowadzić do powstawania sporów odnośnie realizacji należnych konsumentowi świadczeń oraz rozbieżności pomiędzy oczekiwaniami konsumenta a ofertą przedsiębiorcy.

W każdej umowie powinien być należycie określony organizator turystyki, który samodzielnie zawiera umowę lub, w imieniu którego jest ona zawierana przez jego pracownika, pośrednika, agenta. Wiedza na temat tego, jaki podmiot faktycznie jest stroną umowy, ułatwia konsumentom egzekwowanie jej należytego wykonania, dochodzenie ewentualnych roszczeń w drodze reklamacji, bądź na drodze sądowej, a także zabezpieczenie interesów obu stron na wypadek rozwiązania umowy. Wprawdzie w art. 19 a ustawy o usługach turystycznych przewidziano odpowiedzialność agentów turystycznych tożsamą z odpowiedzialnością organizatorów m. in. na wypadek, gdyby w umowie nie wskazano właściwego organizatora turystyki, to rozwiązanie takie sprawdzi się jedynie wówczas, gdy umowa jest podpisywana przez agenta. Rozwiązanie takie nie sprawdzi się natomiast wtedy, gdy umowę podpisuje sam organizator turystyki. Niezależnie od tego oznaczenie w umowie organizatora turystyki, numeru, pod jakim został on wpisany do rejestru organizatorów oraz numeru identyfikacji podatkowej jest konieczne. Niestety nie we wszystkich przypadkach obowiązek ten jest spełniany. W dwóch przypadkach ustalono, że skontrolowani przedsiębiorcy nie zamieszczają w zawieranych przez siebie umowach wszystkich wymaganych danych, które ułatwiają ich identyfikację. Braki dotyczyły informacji na temat numeru wpisu organizatora do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych prowadzonego przez właściwego miejscowo marszałka województwa, co może zostać uznane za niezgodne z art. 14 ust. 2 pkt. 1 ustawy o usługach turystycznych. Za niezgodne z tym samym przepisem może zostać uznane także pominięcie w umowie imienia i nazwiska osoby, która w imieniu przedsiębiorcy daną umowę podpisała.

Ustawa przewiduje obowiązek nie tylko precyzyjnego określenia środka transportu przewidzianego do realizacji usługi, ale też wskazania kategorii obiektu hotelarskiego, w jakim ma dojść do zakwaterowania, przy jednoczesnym określeniu jego rodzaju i położenia. Jak wykazała kontrola, niestety nie we wszystkich przypadkach niniejszy nakaz wynikający z art. 14 ust. 2 pkt. 4 b ww. ustawy jest respektowany.

Umowa powinna precyzyjnie określać także inne świadczenia należne konsumentom w trakcie trwania imprezy turystycznej, jak np. program imprezy, opis wszelkich usług wliczonych w cenę imprezy, w tym także ilość i rodzaj posiłków. Analiza umów zgromadzonych w trakcie kontroli wykazała, że w jednym przypadku w umowach nie przywołano ustalonych warunków odnośnie wyżywienia w trakcie imprezy, co może świadczyć o naruszeniu art. 14 ust. 2 pkt. 4 c ustawy o usługach turystycznych.

W art. 14 ust. 2 pkt. 5 ww. ustawy sformułowano nakaz określenia w umowie okoliczności, które mogą spowodować podwyższenie ceny imprezy turystycznej. Wprawdzie ustawa ta obejmuje zamknięty katalog okoliczności, które mogą pociągnąć za sobą taką zmianę, to w praktyce możliwość ta istnieje jedynie wtedy, gdy w umowie precyzyjnie wymieniono

przyczyny mogące skutkować zmianą ceny. Organizator może wymienić w umowie wszystkie okoliczności wskazane w art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, bądź tylko niektóre z nich. Może też w niektórych przypadkach zaistnieć sytuacja, w której w umowie nie znajdzie się żadna regulacja odnośnie możliwych przyczyn zmiany ceny. Będzie to dopuszczalne wyłącznie wtedy, gdy na mocy danej umowy nie przewiduje się w ogóle możliwości podwyższenia ceny. Jednak w sytuacji, gdy przedsiębiorca wyraźnie zastrzega możliwość podniesienia ceny, musi jednocześnie określić konkretne okoliczności uzasadniające taką zmianę.

W trzech przypadkach w skontrolowanych umowach pominięto informacje na temat ubezpieczyciela, z którym organizator zawarł umowę ubezpieczenia na rzecz turystów, co jest sprzeczne z art. 14 ust. 2 pkt. 7 ustawy o usługach turystycznych. Wskazać należy, że w niniejszym przepisie prawa ustanowiono obowiązek określenia w umowie rodzaju i zakresu ubezpieczenia turystów oraz nazwy i adresu ubezpieczyciela. Ponadto, stosownie do art. 5 ustawy o usługach turystycznych, organizator ma obowiązek zawrzeć umowę ubezpieczenia na rzecz klientów, którzy będą korzystać z jego usług poza granicami kraju.

Umowy o świadczenie usług w ramach imprez turystycznych powinny również zawierać precyzyjne informacje o terminach, w jakich umowa może zostać rozwiązana z powodu nie zgłoszenia się wystarczającej liczby chętnych oraz z jakim wyprzedzeniem należy organizatorowi zgłosić chęć zmiany uczestnika imprezy. Wymogi te, choć wynikają z art. 14 ust. 2 pkt. 7a oraz 7b ustawy o usługach turystycznych, nie we wszystkich przypadkach są respektowane. Nieokreślenie w umowie terminu, w jakim uczestnik może zostać powiadomiony o odwołaniu imprezy z powodu zbyt małej liczby uczestników może doprowadzić do tego, że konsument zostanie zaskoczony informacją o tym, że impreza nie dojdzie do skutku z niewielkim wyprzedzeniem przed planowaną datą jej rozpoczęcia. Brak powyższych danych może także utrudniać konsumentom dokonanie zmiany po stronie uczestnika imprezy, pomimo iż jest to dopuszczalne na gruncie art. 16 ww. ustawy. Zmiana taka może jednak zostać wprowadzona jedynie w odpowiednim terminie, który zależy przede wszystkim od rodzaju usług, które w przyszłości mają być spełnione i wymogów kontrahentów organizatora. O ile bowiem w przypadku imprez z dojazdem własnym na terenie kraju, przy wjeździe do którego nie jest wymagana wiza, nie ma znaczenia kto będzie uczestnikiem imprezy, to w sytuacji, gdy impreza obejmuje transport lotniczy i do tego konieczne jest uzyskanie wizy, osoba uczestnika musi być w określonym terminie znana i na późniejszym etapie nie ma możliwości jej zmiany, tak aby w odpowiednim czasie udało się dopełnić wszystkich formalności.

W toku kontroli wstępnie ustalono także, że w dwóch przypadkach w umowach nie podawano informacji na temat terminu, w jakim możliwe jest wniesienie reklamacji oraz w dwóch przypadkach nie określano sposobu jej wniesienia, co może w praktyce utrudniać, a nawet uniemożliwiać realizację uprawnień reklamacyjnych. Naruszenia takie kwalifikuje się, jako niezgodne z art. 14 ust. 2 pkt. 8 ustawy o usługach turystycznych.

Innym naruszeniem, które może utrudniać konsumentowi wywiązanie się z ciążących na nim obowiązków, bądź egzekwowanie obowiązków spoczywających na organizatorze, jest pominięcie w treści umowy, wbrew wymogowi z art. 14 ust. 2 pkt. 10 ustawy o usługach turystycznych, informacji na temat jej podstaw prawnych. Odniesienie się w umowie do właściwych aktów prawnych, w szczególności do ustawy o usługach turystycznych, powoduje, iż konsumenci zawierający takie umowy uzyskują pełną informację o powszechnie obowiązujących aktach prawnych normujących treść zawieranych przez nich umów.

Niedopełnianie obowiązków informacyjnych polegające na zawężeniu treści umów w stosunku do tej, która jest wymagana przepisami ustawy o usługach turystycznych jest w orzecznictwie Prezesa Urzędu oraz sądów uznawane za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Powyższe należy rozumieć w ten sposób, że za niezgodne



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

z prawem uważa się zamieszczanie w umowach o świadczenie usług turystycznych mniejszej ilości danych, niż ta, którą prawo nakazuje. Wszystkie wymienione w art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych informacje są istotne, aczkolwiek zgodzić się trzeba, że ich pominięcie w umowie może rodzić różnorakie konsekwencje. Naganność takich praktyk potwierdził Sąd Okręgowy w Warszawie – Sad Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 25 maja 2009 roku (sygn. akt XVII AmA 98/08) stwierdzając, że bezsprzecznie są one bezprawne i niekorzystnie wpływają na sytuację konsumentów.

IV. ANALIZA KLAUZUL STOSOWANYCH PRZEZ ORGANIZATORÓW TURYSTYKI

Przeprowadzona kontrola wykazała, że 55 objętych nią organizatorów turystyki zawierających umowy z konsumentami stosuje szereg różnorodnych klauzul, które mogą zawierać unormowania niekorzystne dla konsumentów. Dodać trzeba, że chodzi o takie regulacje, które w nieuzasadniony racjonalnie i nieuprawniony sposób ograniczają zakres uprawnień konsumentów lub też nakładają na nich dodatkowe obowiązki.

Postanowienia takie, z uwagi na zakres ich uregulowań, w zależności od materii, której dotyczą, mogą być uznawane albo za sprzeczne z ustawą o usługach turystycznych, albo mogą stanowić niedozwolone postanowienia umowne w rozumieniu przepisów art. 385¹ i 385³ k.c., także takie, które już zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone. W niniejszym rozdziale zostaną opisane wszystkie takie postanowienia, bez względu na ich kwalifikację prawną zastosowaną przez Prezesa Urzędu. Informacje na temat kwalifikacji prawnej poszczególnych postanowień oraz dalszego trybu działań Prezesa Urzędu w zakresie ich dotyczącym zostały szczegółowo przedstawione w Załączniku do niniejszego Raportu.

Dla ułatwienia lektury niniejszego Raportu poszczególne postanowienia zostały pogrupowane tematycznie, według zagadnień.

1. Postanowienia wyłączające lub ograniczające odpowiedzialność organizatorów turystyki za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy

Ustawa o usługach turystycznych zawiera szczególną regulację odnoszącą się do zasad odpowiedzialności organizatorów turystyki za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy. Art. 11 a ust. 1 niniejszej ustawy stanowi mianowicie, że organizator odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy o świadczenie usług turystycznych, chyba że zostało ono spowodowane wyłącznie:

- działaniem lub zaniechaniem klienta;
- działaniem lub zaniechaniem osób trzecich, nieuczestniczących w wykonywaniu usług przewidzianych w umowie, jeżeli tych działań nie lub zaniechań nie można było przewidzieć ani uniknąć;
- siłą wyższą.

Ustawa w dalszej części stanowi, że tak określonych ram odpowiedzialności organizatora nie można modyfikować na niekorzyść świadczeniobiorców w zakresie szerszym, niż dopuszczony ustawą (art. 11 b ust. 2 i 3 ustawy o usługach turystycznych). Stosownie do art. 11 b ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, odpowiedzialności w zakresie wskazanym powyżej nie można wyłączyć, ani ograniczyć w drodze umowy. W tym miejscu warto podkreślić, że zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, odpowiedzialność organizatora może zostać w drodze umowy ograniczona do dwukrotności ceny imprezy względem każdego z uczestników. Ograniczenie to nie może jednak dotyczyć szkód na osobie, za które organizatorzy muszą odpowiadać w pełnym zakresie i to bez względu na okoliczność zawarcia na rzecz konsumenta umowy ubezpieczenia (jej zawarcie nie może ograniczać odpowiedzialności wobec konsumenta, bez względu na to, czy odszkodowanie miałby wypłacać organizator imprezy, czy towarzystwo ubezpieczeniowe, z którym została zawarta umowa na rzecz konsumenta).

Od kwestii odpowiedzialności za zaistniałe szkody wynikające z niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, należy jednak odróżnić obowiązek udzielenia



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

poszkodowanemu konsumentowi pomocy. Zgodnie z przepisem art. 11 a ust. 2 ustawy o usługach turystycznych, nawet jeśli dojdzie do wyłączenia odpowiedzialności organizatora, spoczywa na nim obowiązek udzielenia pomocy konsumentowi poszkodowanemu w czasie imprezy turystycznej.

Wskazać również należy, że postanowienia wzorców umów, a więc takie, które nie są z konsumentami indywidualnie uzgadniane, na mocy których dochodzi do wyłączenia albo ograniczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy względem konsumenta za szkody na osobie lub za nienależyte wykonanie zobowiązania, mogą stanowić niedozwolone postanowienia wzorców umów w rozumieniu art. 385¹ k.c. oraz 385³ pkt. 1 i 2 k.c.

Przeprowadzona kontrola wykazała, że nieprawidłowości w zakresie dotyczącym zakresu odpowiedzialności organizatorów względem uczestników imprez są liczne. Klauzule, w których nieprawidłowo określono zakres odpowiedzialności biur podróży stosuje 23 spośród skontrolowanych przedsiębiorców, czyli ponad 26 proc.

Wbrew przytoczonym regulacjom prawnym, przedsiębiorcy w różnoraki sposób próbują wyłączać lub ograniczać swoją odpowiedzialność, co ilustrują opisane poniżej wnioski z przeprowadzonej kontroli.

Wyznaczenie górnej granicy odpowiedzialności

W dwóch wzorcach umów stosowanych przez skontrolowanych przedsiębiorców zawarte były postanowienia, na mocy których doszło do niezgodnego z prawem określenia górnej granicy odpowiedzialności organizatora względem konsumenta będącego uczestnikiem imprezy. Jak zaznaczono powyżej, odpowiedzialność organizatora może zostać ograniczona do dwukrotności ceny imprezy względem każdego z uczestników, z tym jednak zastrzeżeniem, że powyższe nie może odnosić się do szkód na osobie. Z tego też względu, samo zastrzeżenie ograniczenia odpowiedzialności do dwukrotności ceny, bez wskazania, że nie dotyczy ono szkód na osobie, jest zbyt daleko idące, a tym samym niezgodne z prawem.

Podobnie sytuacja kształtuje się odnośnie ograniczania odpowiedzialności ponad wysokość sumy wynikającej z należnego odszkodowania określonego w zawartej na rzecz konsumenta umowie ubezpieczenia.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Organizator ogranicza odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi w czasie imprezy turystycznej do dwukrotności ceny imprezy turystycznej, względem każdego klienta.” (Kolejowe Przedsiębiorstwo Turystyczno – Wypoczynkowe NATURA TOUR Sp. z o.o. w Gdańsku);
- „Wyłącza również odpowiedzialność odszkodowawczą z tytułu nieszczęśliwych wypadków, utraty zdrowia czy bagażu w zakresie przekraczającym podane sumy ubezpieczenia.” (Stanisław Przytuła Przedsiębiorstwo STANPOL w Łęcznej).

Określenie okoliczności i przedmiotów, za które przedsiębiorca nie odpowiada

Na organizatorach turystyki spoczywa obowiązek wykonania określonych w umowie zobowiązań zgodnie z ich treścią i w sposób odpowiadający społecznie – gospodarczemu celowi tych zobowiązań oraz zasadom współżycia społecznego. Zaciągnięte wobec konsumenta zobowiązanie powinno być wykonane z należyłą starannością, z uwzględnieniem profesjonalnego charakteru prowadzonej działalności organizatora. Są to ogólne zasady wynikające z prawa cywilnego, które odnoszą się także do umów o świadczenie usług turystycznych.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Umowy o świadczenie usług w ramach imprez turystycznych charakteryzują się tym, że w istocie dotyczą wielu świadczeń połączonych w jeden program (np. świadczeń w zakresie transportu, wyżywienia, noclegu). O prawidłowym wykonaniu umowy świadczy więc należyte wykonanie każdego ze świadczeń określonych w umowie. Stąd też za nieprawidłowe należy traktować wybiórcze traktowanie przez przedsiębiorców świadczeń określanych umową i zastrzeganie przez nich, że nie stanowi nieprawidłowego wykonania umowy np. zmiana w zakresie terminu spełnienia usług transportowych albo że nie odpowiadają za określony rodzaj szkód, jak np. szkody w majątku uczestnika imprezy (zniszczenie lub kradzież bagażu). Takie zastrzeżenia prowadzą do wyłączenia odpowiedzialności przedsiębiorców i umożliwiają przedsiębiorcy wprowadzanie jednostronnych zmian w treści umowy. Istotne jest to, że jeśli dane świadczenie zostało objęte umową, to odpowiedzialność za jego spełnienie spoczywa na przedsiębiorcy, będącym stroną umowy, bez względu na to, komu zostało powierzone jego faktyczne wykonanie. Ma to istotne znaczenie zwłaszcza, jeśli zakwaterowanie ma miejsce w obiekcie, który nie należy do organizatora turystyki lub w sytuacji, gdy powierza on przewóz uczestników imprezy innemu przedsiębiorcy.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „HK ZUH PARTNER Sp. z o.o. nie ponosi odpowiedzialności za skradziony, zniszczony lub zaginiony bagaż Uczestnika w trakcie trwania imprezy.” (HK Zakład Usługowo Handlowy Partner sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej);
- „HK ZUH PARTNER Sp. z o.o. nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia spowodowane postojami na granicach (...)” (HK Zakład Usługowo Handlowy Partner sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej);
- „Biuro nie ponosi odpowiedzialności (...) za rzeczy pozostawione lub skradzione w miejscu pobytu.” (Cecylia Rutkowska Biuro Turystyki Rodzinnej Gold Tour w Prudniku);
- „Biuro nie odpowiada za rzeczy pozostawione podczas podróży w autokarze i podczas pobytu w miejscu zakwaterowania.” (Barbara Czejgis-Słocka, Piotr Wilkoń Biuro Turystyki „Barbara-Travel” s.c. w Rzeszowie);
- „BP Kormoran nie ponosi odpowiedzialności za utratę lub uszkodzenie przechowywanych osobiście przez Uczestnika podczas trwania imprezy turystycznej pieniędzy, papierów wartościowych, kart płatniczych, biżuterii, dzieł sztuki, sprzętu: komputerowego, audio video, fotograficznego itp.” (Jarosław Izydorzycy, Krzysztof Galus Biuro Podróży Kormoran s.c. w Oleśnie).
- „Organizator nie ponosi odpowiedzialności za szkody powstałe w bagażu w wyniku transportu.” (Wygoda Travel Sp. z o.o. w Krakowie);
- „Selwa Tour nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne powikłania stanu zdrowia Klientów korzystających z jej ofert.” (Biuro Podróży SELVA TOUR Marcin Wzorek w Kielcach);
- „Organizatorzy nie ponoszą odpowiedzialności za sprzęt elektroniczny i inne cenne rzeczy zgubione przez Uczestnika podczas trwania imprezy lub pozostawione przez niego po zakończeniu imprezy w miejscu zakwaterowania oraz w środkach transportu.” (Robert Sajnaj LUTUR w Lublinie);
- „Biuro nie ponosi odpowiedzialności odszkodowawczej w stosunku do Uczestników ponad kwotę rzeczywistej szkody, ogranicza je do dwukrotności ceny imprezy turystycznej, nie dotyczy to jednak szkód na osobie **oraz nie odpowiada za szkody**”



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

moralne. Wyłącza również odpowiedzialność odszkodowawczą z tytułu nieszczęśliwych wypadków, utraty zdrowia czy bagażu w zakresie przekraczającym podane sumy ubezpieczenia." (Irena Domańska – Łuczka, Małgorzata Trojanowska Biuro Usług Turystycznych „Intur” s.c. w Zamościu).

Wyłączenia odpowiedzialności uzasadniane działaniem lub zaniechaniem konsumenta

Na gruncie ustawy o usługach turystycznych dopuszcza się wyłączenie odpowiedzialności organizatora turystyki względem konsumenta, gdy niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy wynika wyłącznie z działania lub zaniechania ze strony konsumenta. Za niedopuszczalne należy jednak uznać takie interpretowanie ww. regulacji, które prowadziłoby do wniosku, że każdy brak współdziałania usługobiorcy z organizatorem, a także jego rezygnacja ze świadczonych usług, zawsze obciąża konsumenta i prowadzi do wyłączenia względem niego odpowiedzialności biura podróży. Mogą mianowicie zaistnieć sytuacje, w których rezygnacja jest uzasadniona, a okoliczności leżące u jej podstaw świadczą o winie przedsiębiorcy, który nie wykonuje zawartej z konsumentem umowy w prawidłowy sposób albo też zastrzega, że wykonanie jej we wcześniej ustalonym przez strony nie będzie możliwe.

Stosownie do art. 16 a ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, w przypadku, gdy organizator turystyki nie wykonuje przewidzianych w umowie usług stanowiących istotną część programu, jest on zobowiązany wykonać odpowiednie świadczenie zastępcze. Jeżeli natomiast konsument z uzasadnionych powodów, nie wyraża zgody na wykonanie na jego rzecz świadczenia zastępczego i odstępuje od umowy, to stosownie do art. 16 a ust. 3 ww. ustawy może on żądać naprawienia szkody wynikłej z niewykonania umowy. Już chociażby z tego przepisu wynika, iż automatyczne wyłączenie odpowiedzialności w każdym przypadku, gdy konsument rezygnuje z usług organizatora, bez badania przyczyn takiego stanu rzeczy, jest zbyt daleko idące.

Okoliczność, że konsument rezygnuje z części świadczeń, bądź z innych powodów nie są one na jego rzecz świadczone w sytuacji, gdy dociera on na miejsce odbywania się imprezy w terminie późniejszym niż termin jej rozpoczęcia (np. z powodu opóźnienia przy realizacji transportu przez konsumenta we własnym zakresie), nie może pociągać za sobą wyłączenia odpowiedzialności za nieprawidłowe wykonywanie świadczeń objętych umową w terminie późniejszym, w toku całej imprezy.

Wyłączenie odpowiedzialności organizatora nie może również wynikać z faktu, iż konsument nie poinformował o zaistniałej szkodzie niezwłocznie po jej ujawnieniu. Zwłoka, bądź opóźnienie w zgłoszeniu szkody mogą bowiem utrudnić konsumentowi dochodzenie roszczeń np. ze względów dowodowych. Jednak ta kwestia podlega w każdym przypadku indywidualnej ocenie. Nie można natomiast ogólnie stwierdzić, że ewentualne niedopatrzienia, uchybienia w danym przypadku mogłyby skutkować wygaśnięciem prawa do dochodzenia określonych roszczeń materialnych.

Podsumowując stwierdzić można, że za zbyt daleko idące należy uznać wszelkie ograniczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy uzasadniane zdarzeniami nie mającymi związku z niedopełnieniem przez organizatora jego obowiązków.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Biuro wyłącza odpowiedzialność w stosunku do uczestników rezygnujących z imprez w czasie jej trwania (...).” (Wojciech Smieszek, Andrzej Kindler Biuro Turystyczno-Usługowe SZARPIE TRAVEL w Olsztynie);

- „W przypadku późniejszego przybycia uczestnika na miejsce pobytu, Biuro nie gwarantuje usług o standardzie uzgodnionym przy zawieraniu umowy (...)” (Krystyna Rzegocka – Żybura, Teresa Daniel Biuro Usług Turystycznych TRAMP w Rzeszowie);
- „Roszczenie o naprawienie szkody z powodu utraty lub uszkodzenia bagażu lub innych przedmiotów należących do uczestnika wygasa, jeżeli poszkodowany po powzięciu wiadomości o szkodzie nie zawiadomił o niej niezwłocznie organizatora lub osób działających w jego imieniu.” (Stanisław Przytuła Przedsiębiorstwo STANPOL w Łęcznej).

Wyłączenia odpowiedzialności za błędy zawarte w materiałach reklamowych

Innym sposobem ograniczenia odpowiedzialności stosowanym przez organizatorów turystyki jest zwolnienie się z niej na wypadek wystąpienia błędów w wykorzystywanych materiałach reklamowych. Przedsiębiorcy zastrzegają, że nie odpowiadają za ewentualne nieścisłości, także w zakresie dotyczącym ceny. Powyższe budzi zastrzeżenia, gdyż świadczy o tym, że przedsiębiorca niejako z góry zastrzega, iż nie będzie ponosić konsekwencji swego nierzetelnego zachowania lub błędu popełnionego przez podmiot, któremu powierzył druk katalogu. Co więcej, ustawa o usługach turystycznych w art. 12 wyraźnie stanowi, iż informacje zawarte w materiałach reklamowych muszą być rzetelne i nie mogą wprowadzać w błąd. Bowiem to na ich podstawie konsumenci często dokonują porównania i wyboru najkorzystniejszej z ofert. Opisane zastrzeżenie o wyłączeniu odpowiedzialności może za sobą pociągać dodatkowe konsekwencje. Może mianowicie zdarzyć się tak, że wobec braku uregulowania określonej kwestii w umowie, część z danych zawartych w katalogu, będzie uznawana na mocy art. 12 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych za postanowienia wiążące dla konkretnej umowy. W takiej sytuacji, pomimo iż określone elementy będą częścią umowy, przedsiębiorca wyłączając w umowie swą odpowiedzialność za błędy w materiałach reklamowych, z góry będzie zastrzegał, że pewnych świadczeń nie będzie spełniał, gdyż zostały one błędnie opisane. Dodatkowo zauważyć trzeba, że w takiej sytuacji w momencie zawierania umowy konsument nie wie, których jej postanowień ewentualne błędy mogą dotyczyć. Stąd też opisany sposób ograniczenia odpowiedzialności organizatora wobec uczestników imprez należy uznać za zbyt daleko idący i krzywdzący konsumentów.

Podobne skutki może nieść za sobą posługiwanie się materiałami reklamowymi zawierającymi nieaktualne dane. W przypadku, gdy doszło do zmiany oferty np. określonego w katalogu obiektu hotelarskiego, zwłaszcza przez jej zawężenie, konieczne jest poinformowanie o tym konsumenta przed zawarciem umowy, tak aby podejmował on decyzję w oparciu o aktualne dane. Forma przekazania informacji przed zawarciem umowy nie ma zasadniczego znaczenia, jednakże wszelkie odstępstwa od treści zawartych w materiałach reklamowych powinny zostać uwzględnione w pisemnej umowie, jeśli faktycznie dojdzie do jej zawarcia.

Taka ocena analizowanych postanowień znajduje swe oparcie w aktualnej linii orzeczniczej, na dowód czego można wskazać wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 17 listopada 2008 roku (sygn. akt AmC 56/08). W wyroku tym Sąd wskazał, że stosując postanowienie o wyłączeniu odpowiedzialności za informacje zawarte w materiałach reklamowych (broszury, katalogi) przedsiębiorca faktycznie zwalnia się z odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy. Sąd dodał, że organizator ponosi względem konsumenta odpowiedzialność za należyte wykonanie wszystkich usług wchodzących w skład zakupionej przez niego imprezy, a zatem również usług hotelarskich, które swym zakresem obejmują nie tylko zakwaterowanie, ale też wszelkie usługi w obrębie obiektu z nim związane (np. wyżywienie, możliwość korzystania z basenu itp.). Z przywołanego orzeczenia wynika więc, że za niezgodne z prawem należy uznać wyłączenie przez przedsiębiorcę odpowiedzialności za



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

błędy w materiałach reklamowych, gdyż takie ograniczenie w rzeczywistości przekłada się na wyłączenie odpowiedzialności za nienależyte wykonanie umowy.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „EPT nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne zmiany, błędy rachunkowe i drukarskie zawarte w katalogach.” (Agencja Turystyczna Wonderlands sp. z o.o. w Katowicach);
- „Wszystkie informacje dotyczące standardu hoteli zamieszczone w katalogach są aktualne na dzień przygotowywania katalogu i mają charakter wyłącznie informacyjny. Ich zadaniem jest przybliżenie klientowi warunków panujących w danym hotelu jednakże brak zawartych w opisie hotelu elementów nie stanowi niewłaściwego wykonania umowy po stronie SUN&FUN (...).” (SUN&FUN Holidays Sp. z o. o. w Warszawie).

2. Postanowienia zawierające regulacje na wypadek wystąpienia okoliczności szczególnych

W toku przeprowadzonej kontroli szczególną uwagę zwrócono na stosowane przez organizatorów postanowienia, na mocy których kształtowano zakres ich odpowiedzialności oraz dalszy tryb postępowania, na wypadek wystąpienia sytuacji nadzwyczajnych, takich jak zamieszki, czy działanie sił natury. Doniesienia medialne ostatnich miesięcy obfitowały bowiem w relacje dotyczące niepokojów w państwach Afryki Północnej, takich jak Egipt, czy Tunezja, które są popularnymi miejscami wypoczynku wśród polskich turystów. Doświadczenia z pierwszej połowy ubiegłego roku wskazują, że również siły natury mogą stanowić poważną przeszkodę w realizacji wcześniej zaciągniętych zobowiązań, co miało miejsce np. z uwagi na erupcję wulkanu i dużą emisję pyłu wulkanicznego do atmosfery, którego obecność uniemożliwiała podróże lotnicze.

Przepisy prawa nie wymagają wprowadzenia do umów regulacji, które w sposób szczególny lub drobiazgowy normowałyby wyżej opisane kwestie. Zasadniczo nie stwierdzono, aby organizatorzy zawierali w stosowanych przez siebie wzorcach umów postanowienia odnoszące się wyłącznie do kwestii odpowiedzialności i trybu działania na wypadek konkretnie wskazanych okoliczności kwalifikowanych jako siła wyższa. Przypomnieć trzeba, że w przypadku, gdy mamy do czynienia z siłą wyższą, to organizator z mocy prawa nie odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy. W takich przypadkach bywa stosowane odwołanie do regulacji art. 11 a ustawy o usługach turystycznych⁴, a w jednym przypadku wskazano, że w sytuacji wystąpienia przed rozpoczęciem imprezy komplikacji kwalifikowanych, jako siła wyższa, konsumentowi zostanie zaproponowana możliwość uczestniczenia w imprezie zastępczej lub zwrot wszystkich wniesionych opłat. Wprowadzenie takich regulacji do umów nie jest wymagane przepisami prawa, a wskazany dalszy tryb działania wynika z ustawy o usługach turystycznych i obowiązuje w każdym przypadku. Wystąpienie siły wyższej nie może powodować obciążenia konsumenta negatywnymi, gł. finansowymi, skutkami takiego stanu rzeczy. Przykładowo można

⁴ Art. 11 a ust. 1: „Organizator turystyki odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie 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”.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

wskazać następujące postanowienie stosowane przez Nowak Adventure Travel Sp. z o.o. w Gdańsku: „Organizator zastrzega sobie prawo do odwołania imprezy z przyczyn przez niego niezawinionych, z powodu działania siły wyższej (działania wojenne, akty terroru, rozruchy i niepokoje społeczne, destabilizacje polityczne, kataklizmu przyrodnicze, powódź, pożar, trzęsienie ziemi, (...)). W takim przypadku Klient otrzyma zwrot wniesionych opłat za imprezę turystyczną. Organizator powiadomi Zlecającego klienta o ewentualnym odwołaniu imprezy z powodu niewystarczającej liczby uczestników nie później niż na 14 dni przed planowanym terminem rozpoczęcia imprezy”. Innym przykładem postanowienia, na mocy którego odniesiono się do kwestii wystąpienia nadzwyczajnych sytuacji było postanowienie stosowane przez Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie o możliwości odstąpienia konsumenta od umowy bez ponoszenia przez niego negatywnych konsekwencji: „Klient nie może jednostronnie odstąpić od umowy powołując się na zagrożenie życia i zdrowia w kraju, obszarze docelowym, jeżeli Ministerstwo Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej nie ogłosiło regionu (kraju) docelowego w podróży Klienta jako zagrożonego dla zdrowia lub życia obywateli RP - taka rezygnacja oznacza rezygnację Klienta z uczestnictwa w imprezie turystycznej na warunkach i ze skutkami określonymi w pkt.5.6”.

Jeden przedsiębiorca zastrzegł w umowie na okoliczność wystąpienia w trakcie trwania imprezy nieoczekiwanego zdarzenia, że jest zobowiązany do zapewnienia uczestnikom imprezy zakwaterowania i wyżywienia do czasu powrotu do kraju. Jest to następujące postanowienie stosowane przez Biuro Usług Turystycznych „Korsarz” s.c. w Poznaniu: „W przypadku wystąpienia sytuacji nadzwyczajnych, m.in. zdarzeń atmosferycznych, konfliktów, sytuacji zagrożenia życia, Biuro udzieli w czasie trwania imprezy turystycznej pomocy klientowi (zapewni opiekę swojego przedstawiciela oraz zagwarantuje nocleg wraz z wyżywieniem do czasu powrotu do Polski)”.

Zaznaczyć trzeba, że wszystkie przytoczone powyżej postanowienia nie naruszają art. 11 a ustawy o usługach turystycznych, a zacytowano je w celu ukazania różnorodności regulacji stosowanych przez przedsiębiorców odnoszących się do zakresu ich obowiązków w sytuacji, gdy zaistnieje okoliczności szczególne.

Przeprowadzona kontrola wykazała jednak, że w jedynym przypadku zdarzyła się tak, iż wśród okoliczności bezsprzecznie niezależnych od organizatora i podmiotów zaangażowanych w wykonywanie umowy, jak np. wojna, rewolucja, zamach stanu, wybuch wulkanu, czy epidemia, jako okoliczność wyłączająca odpowiedzialność organizatora wskazywano też takie zdarzenia, które nie powinny być kwalifikowane jako siła wyższa (np. wszelkie sytuacje, które w jakikolwiek sposób zagrażają realizacji programu). Postanowienia takie mogą być uznawane za bezprawne, co zostało opisane powyżej w części dotyczącej bezprawnego wyłączenia odpowiedzialności.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Zgodnie z postanowieniami programu Travel Senior Bee & Free nie ponosi odpowiedzialności w przypadku zmiany lub niewykonania usługi, do jakich doszło z powodu wystąpienia siły wyższej lub w sytuacji poza jego kontrolą. Sytuacje takie to przypadki jak: wojna, rewolucja, powstanie, strajk, bojkot, zamach stanu, regulacja prawna, epidemia, wybuch wulkanu, choroby zakaźne lub inne sytuacje, które w jakikolwiek sposób zagrażałyby realizacji programu Travel Senior. (...).” (Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie).

3. Postanowienia uprawniające do zmiany warunków umowy o świadczenie usług turystycznych innych niż cena



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Ochronna funkcja przepisów ustawy o usługach turystycznych przejawia się m. in. w ustaleniu trybu dokonywania zmian warunków umów już zawartych. Zapewnienie możliwości wprowadzania zmian do umów po ich zawarciu jest konieczne z uwagi na znaczny upływ czasu od zawarcia umowy do jej wykonania oraz uzależnienie możliwości jej wykonania w pewnym zakresie od okoliczności zewnętrznych. Aby obu stronom zagwarantować odpowiednie zabezpieczenie ich interesów, muszą one być zaangażowane w proces podejmowania decyzji odnośnie trybu i terminu wprowadzania ewentualnych zmian.

Zgodnie z art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych organizator, który przed rozpoczęciem imprezy jest zmuszony z przyczyn od niego niezależnych zmienić istotne warunki umowy, powinien powiadomić o tym niezwłocznie klienta. W takiej sytuacji konsument winien oświadczyć, iż proponowaną mu zmianę przyjmuje, albo że odstępuje od umowy.

W przypadku, gdy konsument zrezygnuje z uczestnictwa w imprezie, jest on uprawniony do uzyskania zwrotu wszystkich wniesionych przez niego świadczeń, a jednocześnie nie może zostać obciążony obowiązkiem zapłaty kary umownej.

Jeśli jednak konsument nadal zamierza korzystać z usług organizatora, może zdecydować się na uczestnictwo w tzw. imprezie zastępczej, a więc w innej imprezie o tym samym lub wyższym standardzie. Może on również zdecydować się na uczestnictwo w imprezie o niższym standardzie, jednakże w takim przypadku obowiązkowo należy konsumentowi zwrócić różnicę w cenie odpowiadającą różnicy w standardzie obu imprez.

Powyższe ma zapewnić czynny udział konsumenta w podejmowaniu decyzji o zmianie umowy, w ustaleniach odnośnie należnych mu w przyszłości świadczeń oraz jego obowiązków, a także ma zapewnić bezpośrednią ochronę ekonomicznych interesów konsumentów.

Zabezpieczenie interesów ekonomicznych konsumentów sięga dalej, gdyż stosownie do art. 14 ust. 7 ustawy o usługach turystycznych, w przypadku, gdy klient odstępuje od umowy z uwagi na proponowane mu zmiany, albo też impreza zostaje odwołana z przyczyn od niego niezależnych, może on dochodzić odszkodowania. Wyjątek stanowią sytuacje, gdy do odwołania doszło z powodu działania siły wyższej lub zgłoszenia się mniejszej liczby uczestników niż określona w umowie, jako minimalna.

Na podstawie powyżej przywołanych przepisów stwierdzić należy, że każda zmiana świadczeń określonych w umowie musi zostać uzgodniona przez obie jej strony. Oznacza to także, że nie można przyjąć domniemania zgody konsumenta na zmianę warunków umowy.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że w relacjach pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami nie znajduje zastosowania reguła określona w art. 68² k.c., zgodnie z którą, gdy przedsiębiorca otrzymujący od osoby, z którą pozostaje w stałych stosunkach gospodarczych, ofertę zawarcia umowy w ramach swej działalności, niezwłocznie nie udzieli odpowiedzi, to uznaje się, że taką ofertę przyjął. Stąd też w umowach o świadczenie usług turystycznych zawieranych z konsumentami nie jest dopuszczalne, zwłaszcza przy uwzględnieniu regulacji zawartych w ustawie o usługach turystycznych, przyjęcie, że zmiana umowy w zakresie świadczeń w niej przewidzianych, może nastąpić za domniemaną zgodą konsumenta.

W umowach o świadczenie usług turystycznych zawieranych z konsumentami nie jest także dopuszczalne zastrzeżenie, zgodnie z którym, w związku z upływem wyznaczonego konsumentowi bardzo krótkiego terminu do odstąpienia od umowy w sytuacji planowania przez przedsiębiorcę wprowadzenia do umowy zmian, konsument utraci możliwość odstąpienia od takiej umowy bez ponoszenia negatywnych konsekwencji finansowych.

Wprowadzie przepisy prawa nie określają precyzyjnie, jaki termin powinien zostać przewidziany na zajęcie przez konsumenta stanowiska, to termin ten powinien być odpowiednio długi, a do jego ustalenia powinno dojść z uwzględnieniem specyfiki danej umowy.

Potwierdza to orzecznictwo sądowe. W wyroku z dnia 17 listopada 2008 roku (sygn. akt XVII AmC 56/08) Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za niedozwolone postanowienie o brzmieniu: *„Wzrost ceny upoważnia uczestnika do rezygnacji z imprezy bez kosztów pod warunkiem pisemnego powiadomienia o tym fakcie KOMPAS POLAND Sp. z o.o. nie później niż 24 h od chwili otrzymania informacji o dopłacie”*. W uzasadnieniu do tego wyroku Sąd orzekł, iż określony w postanowieniu termin może okazać się zbyt krótki na zapoznanie się ze zmianą umowy i może nie wystarczyć na skonsultowanie decyzji ze współuczestnikami podróży. Termin ten został uznany za zbyt krótki przy uwzględnieniu dodatkowego wymogu, jaki postawiono konsumentowi, a mianowicie obowiązku zachowania formy pisemnej. Ponadto Sąd dodał, że zastrzeżenie tak krótkiego terminu na przekazanie przez klienta informacji o podjętej przez niego decyzji nie znajduje uzasadnienia, tym bardziej, że **zmiana ceny może nastąpić najpóźniej na 21 dni** przed rozpoczęciem imprezy. Oznacza to, że organizator w każdym przypadku będzie dysponował terminem wystarczającym na zawarcie ewentualnej umowy z innym klientem. Wyznaczenie tak krótkiego terminu może w opinii Sądu prowadzić do pozbawienia konsumenta faktycznej możliwości odstąpienia od umowy. Sąd dodał także, że posłużenie się w ustawie pojęciem „niezwłocznie”, odnośnie terminu, w jakim konsument ma udzielić odpowiedzi, nie da się zamknąć w sztywnych ramach czasowych, ale powinno oznaczać termin realny w konkretnych okolicznościach.

Wbrew temu, w ośmiu skontrolowanych wzorcach umów znalazły się regulacje, zacytowane w Załączniku nr 1 do niniejszego Raportu, na mocy których dopuszczono przyjęcie domniemania zgody konsumenta na zmianę warunków umowy, bez uzyskania jego wyraźnej opinii w tej sprawie.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Organizator niezwłocznie zawiadamia Zamawiającego o wszelkich zmianach umowy, które został zmuszony dokonać z przyczyn od siebie niezależnych przed rozpoczęciem imprezy. Zamawiający winien niezwłocznie, lecz nie później niż w terminie 3 dni od otrzymania zawiadomienia o zmianie umowy, poinformować Organizatora czy przyjmuje proponowaną zmianę umowy czy odstępuje od Umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych opłat. Brak odpowiedzi od Zamawiającego w powyższym terminie, uważa się za akceptację zmienionych warunków.” (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu);
- „Jeżeli UCZESTNIK zawiadomiony o zmianie warunków umowy: nie zgłosi pisemnie rezygnacji z imprezy w ciągu 3 dni od otrzymania zawiadomienia przyjmuje się, że wyraził zgodę na zmienione warunki.” (Biuro Podróżników FLUGO Sp. z o.o. w Bydgoszczy);
- „(...) Jeżeli Organizator nie otrzyma w/w oświadczenia woli w podanym terminie to automatycznie będzie uważało zmiany warunków umowy za zaakceptowane przez Klienta.” (Karol Tomczyk Biuro Turystyczne „KRAKUS” w Krakowie);
- ORGANIZATOR zastrzega sobie prawo zmiany programu i świadczeń imprezy przed jej rozpoczęciem, gdy zmiana ta jest powodowana czynnikami od niego niezależnymi. ORGANIZATOR zobowiązany jest powiadomić pisemnie KLIENTA o tej zmianie niezwłocznie po otrzymaniu informacji na ten temat (...) Jeżeli KLIENT w terminie 7 dni od dnia powiadomienia, na piśmie nie sprzeciwi się zmianie, ORGANIZATOR uzna, że wyraził on na nią zgodę.” (Ryszard Wójcik Prywatne Biuro Podróży Sindbad w Opolu);

- „Biuro zastrzega sobie możliwość zmiany warunków umowy z przyczyn od niego niezależnych. Jeżeli Klient zawiadomiony o powyższych zmianach nie zgłosi rezygnacji w ciągu trzech dni od chwili otrzymania zawiadomienia, przyjmuje się, że wyraził zgodę na zmienione warunki uczestnictwa, a w przypadku rezygnacji z imprezy w ciągu trzech dni od zawiadomienia- otrzymuje zwrot wniesionej wpłaty na imprezę.” (Barbara Czejgis-Słocka, Piotr Wilkoń Biuro Turystyki „Barbara-Travel” s.c. w Rzeszowie);
- „(...) Uczestnik powinien powiadomić SUN&FUN o akceptacji nowych warunków Umowy lub o rezygnacji, za natychmiastowym zwrotem wszelkich wniesionych świadczeń, w przeciągu 2 dni od dnia otrzymania zawiadomienia, ale nie później niż w dniu poprzedzającym rozpoczęcie imprezy. Brak odpowiedzi uczestnika jest równoznaczny z akceptacją nowych warunków udziału w imprezie.” (SUN&FUN Holidays Sp. z o. o. w Warszawie).

W tym miejscu zauważyć także trzeba, że postanowienia wzorców umów, na podstawie których przedsiębiorcy będący kontrahentami konsumentów zostają uprawnieni do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w umowie, są uznawane za niezgodne z art. 385³ pkt 10 k.c., a postanowienia, na mocy których wyłącznie przedsiębiorca zostaje uprawniony do jednostronnej zmiany istotnych cech świadczenia bez ważnych przyczyn, za niezgodne z art. 385³ pkt 19 k.c. Pomimo tego w obrocie pozostają postanowienia, na mocy których zastrzeżono możliwość wprowadzania zmian odnośnie poszczególnych świadczeń, a z lektury kwestionowanych regulacji wynika, iż organizatorzy zastrzegali taką możliwość wyłącznie na swoją rzecz, nie przewidując konieczności zaangażowania konsumentów w procedurę zmiany umowy, a nawet informowania ich o dokonaniu zmian, obligując konsumentów do zasięgnięcia informacji o ewentualnych zmianach we własnym zakresie.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „OK. TOURS zastrzega sobie prawo zmiany rozkładu jazdy autokaru i rozkładu lotów.” (Barbara Oleśków, Adam Draj OK TOURS s.c. w Toruniu).
- „Godziny przelotów mogą ulec zmianie.” (GTI Travel Poland Sp. z o.o. w Warszawie);
- „Przy przelotach charterowych możliwe są zmiany lotów na godziny wcześniejsze lub późniejsze nawet w ostatniej chwili, zmianie może ulec czas trwania lotu jak również jego trasa (międzylądowanie lub zmiana lotniska docelowego). W związku z tym radzimy kontaktować się z biurem GTI bądź z biurem Agenta na 2 dni przed wylotem celem potwierdzenia godzin przelotu. Za zmiany z góry przepraszamy.” (GTI Travel Poland Sp. z o.o. w Warszawie);
- „W razie braku minimum obłożenia samolotu Organizator zastrzega sobie prawo zmiany miejsca odlotu i przylotu, trasy lotu i czasów lotu, na krótko przed odlotem.” (Centrum Turystyki Podwodnej „Nautica” Sp. z o.o. w Krakowie).

4. Postanowienia uprawniające do zmiany warunków umowy o świadczenie usług turystycznych w zakresie dotyczącym ceny

Postanowienia uprawniające do zmiany ceny z przyczyn innych niż wymienione w ustawie o usługach turystycznych lub innych niż precyzyjnie określone w umowie

W ustawie o usługach turystycznych przewidziano instytucję chroniącą interesy konsumentów – uczestników imprez turystycznych - przed nieuprawnionym podwyższeniem ceny imprezy, której dotyczy umowa. W art. 17 ust. 1 tej ustawy



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

przewidziano mianowicie, iż cena może wzrosnąć tylko wówczas, gdy możliwość taka została wyraźnie przewidziana w umowie. Jednocześnie obowiązkiem przedsiębiorcy, którego spełnienie warunkuje możliwość podwyższenia ceny, jest wykazanie, że zmiana taka wynika z zaistnienia okoliczności wymienionych w ustawie. Wskazany przepis prawa zawiera bowiem zamknięty katalog okoliczności, których zaistnienie może skutkować wzrostem ceny. Są to

- wzrost kosztów transportu,
- wzrost opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych,
- wzrost kursów walut.

Art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych został skonstruowany w ten sposób, że na jego mocy nie dopuszcza się rozszerzenia katalogu okoliczności mogących pociągnąć za sobą wzrost ceny. Z uwagi na to zakazane jest stosowanie w obrocie prawnym postanowień, na mocy których przewiduje się, jako podstawę możliwego wzrostu ceny, okoliczności inne, niż wyżej wymienione. Skoro dopuszcza się uprawnienie do zmiany ceny wyłącznie wówczas, gdy zostanie ono wyraźnie przewidziane w umowie, to przyjąć trzeba, że może do tego dojść tylko z powodów wyraźnie oznaczonych w umowie. Stąd też za niedopuszczalne należy uznać wskazywanie w umowie jedynie przykładowych okoliczności, mogących wpłynąć na wzrost ceny.

W toku przeprowadzonego badania ustalono, że w praktyce są stosowane postanowienia dopuszczające zmianę ceny także z przyczyn innych, niż konkretnie w wymienione w umowie lub wskazane w ustawie. Taka regulacja daje przedsiębiorcy możliwość swobodnego jej interpretowania, skutkiem czego może być informowanie konsumentów o zmianie istotnych warunków umowy w okolicznościach, których wcześniej nie mogli przewidzieć.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Biuro w przypadkach uzasadnionych, zastrzega sobie możliwość podwyższenia ceny imprezy, nie więcej jednak niż 10% z zastrzeżeniem, iż może ono nastąpić najpóźniej na 20 dni przed datą rozpoczęcia imprezy. Wzrost ceny uzasadniają w szczególności: wzrost kosztów transportu, kursów walut, podatków lub opłat należnych za takie usługi jak opłaty lotniskowe i **inne.**” (Irena Domańska – Łuczka, Małgorzata Trojanowska Biuro Usług Turystycznych „Intur” s.c. w Zamościu);
- „ORGANIZATOR zastrzega sobie prawo do zmiany ceny imprezy z zastrzeżeniem, że może ono nastąpić nie później niż 21 dni przed datą rozpoczęcia imprezy. Zmianę cen uzasadniają w **szczególności**: wzrost kursów walut mających wpływ na kalkulację ceny, wzrost cen paliwa, podatków, opłat urzędowych oraz opłat należnych za usługi lotniskowe i klimatyczne.” (Ryszard Wójcik Prywatne Biuro Podróży Sindbad w Opolu);
- „Organizator zastrzega prawo do podwyższenia ceny imprezy w przypadkach: wzrostu kosztów transportu, (np. wzrost cen paliwa), wzrostu ceł, podatków, opłat załadunkowych, przeładunkowych, lotniskowych portowych, security tax (podatek związany z bezpieczeństwem na lotniskach), Q surcharge (dopłata paliwowa wprowadzona przez linie lotnicze), wzrostu kursu walut, **itp.**” (POLKA TRAVEL – M. Szura Sp. j. w Kielcach).

Postanowienia uprawniające do zmiany ceny w niewłaściwym terminie

Oprócz ochrony przed nieuprawnioną zmianą wysokości ceny za udział w imprezie turystycznej, ustawodawca przewidział także ochronę polegającą na zakazie zmiany postanowień umowy dotyczących należnego organizatorowi wynagrodzenia w okresie bezpośrednio poprzedzającym rozpoczęcie imprezy. W art. 17 ust. 2 ustawy o usługach



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

turystycznych przewidziano mianowicie, że w terminie 20 dni przed rozpoczęciem imprezy cena ustalona w umowie nie może zostać podwyższona. Oznacza to, że w tym okresie cena mogłaby zostać obniżona, a zatem zmiana nie może zostać dokonana na niekorzyść konsumenta.

Analiza przywołanej regulacji ustawowej wskazuje na to, że cena za imprezę może wzrosnąć najpóźniej na 21 dni przed jej rozpoczęciem. Wobec tego zastrzeżenie, iż cena może ulec zmianie, czy też, że konsument o zmianie w tym zakresie powinien zostać poinformowany najpóźniej na 20 dni przed datą wyjazdu, jest zastrzeżeniem niezgodnym z art. 17 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych.

W ustawie o usługach turystycznych jest mowa o możliwości zmiany ceny w określonym terminie. Wątpliwości interpretacyjne mogą dotyczyć relacji pomiędzy terminem zmiany ceny a terminem powiadomienia konsumenta o planowaniu jej wprowadzenia. Mając na względzie cel wprowadzenia przepisu art. 17 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych, którym było zapewnienie konsumentom ochrony w terminie bezpośrednio poprzedzającym rozpoczęcie imprezy, stwierdzić trzeba, że zastrzeżenie przewidziane ww. przepisem należy traktować w ten sposób, że przedsiębiorca powinien powiadomić konsumenta o zamiarze podwyższenia ceny w takim terminie, aby do zmiany nie doszło w okresie wspomnianych 20 dni przed rozpoczęciem imprezy. Zawiadomienie powinno więc zostać konsumentowi przekazane odpowiednio wcześniej. Oznacza to, że przedsiębiorca powinien zapewnić konsumentowi stosowny termin do podjęcia decyzji oraz wyrażenia jego stanowisko w sprawie zmiany wysokości ceny, co powinno odbyć się przed ww. 20-dniowym terminem przewidzianym w ustawie.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Biuro zastrzega sobie możliwość zmiany ceny ze względu na wzrost kursu walut, kosztów transportu, opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi jak: lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych, nie więcej niż 10%, o czym Uczestnik musi być powiadomiony pisemnie na co najmniej 20 dni przed wyjazdem.” (MITOUR Sp. z o.o. w Bydgoszczy);
- „Biuro w przypadkach uzasadnionych, zastrzega sobie możliwość podwyższenia ceny imprezy, nie więcej jednak niż 10% z zastrzeżeniem, **iż może ono nastąpić najpóźniej na 20 dni przed datą rozpoczęcia imprezy.** Wzrost ceny uzasadniają w szczególności: wzrost kosztów transportu, kurs ów walut, podatków lub opłat należnych za takie usługi jak opłaty lotniskowe i **inne.**” (Irena Domańska – Łuczka, Małgorzata Trojanowska Biuro Usług Turystycznych „Intur” s.c. w Zamościu);
- „Wzrost ceny będzie skuteczny w stosunku do Uczestnika wyłącznie po dostarczeniu Uczestnikowi pisemnego zawiadomienia, co najmniej 20 dni przed datą imprezy.” (Biuro Podróży „Nowy Świat” s.c. J. Ostaszewski, S. Ostapczuk w Białymstoku).

5. Postanowienia uprawniające do zmiany świadczeń w trakcie imprezy turystycznej

Zagadnienie dotyczące zasad zmiany świadczeń przewidzianych umową o świadczenie usług turystycznych zostało uregulowane w ustawie o usługach turystycznych. Z jednej strony regulacja ta, przy uwzględnieniu dynamicznych okoliczności zewnętrznych, ma zapewnić elastyczność umowy na wypadek zaistnienia konieczności dokonania pewnych modyfikacji już w trakcie imprezy turystycznej. Z drugiej jednak strony regulacja ma za zadanie stworzenie ram, w obrębie których zmiany mogą być wprowadzane, tak aby zminimalizować ryzyko wystąpienia nadużyć. Dzięki stworzeniu tego typu regulacji

organizatorzy nie mogą jednostronnie ingerować w treść zawartej umowy powołując się na niemożność spełnienia świadczenia oraz dodatkowo wyłączając ciążącą na nich z tego tytułu odpowiedzialność. Nawet jeśli po zawarciu umowy, bądź to już w czasie jej realizacji, zajdzie konieczność jej modyfikacji, dzięki wspomnianym regulacjom, będzie możliwe spełnienie przez organizatora turystyki świadczenia zastępczego, ale po uzyskaniu akceptacji konsumenta. Tak więc w każdym przypadku uczestnik imprezy będzie uprawniony, ale także i zobowiązany do zajęcia stanowiska odnośnie wprowadzenia proponowanych zmian.

W sytuacji, w której organizator nie będzie wykonywał w trakcie imprezy przewidzianych umową usług stanowiących istotną część programu, jest on zobowiązany do spełnienia świadczenia zastępczego. Wykonanie takiego świadczenia odbywa się na koszt przedsiębiorcy, gdyż stosownie do art. 16 a ust. 1 ustawy o usługach turystycznych nie może ono wiązać się z obciążeniem klienta dodatkowymi kosztami. Konieczność spełnienia świadczenia, które jest odpowiednie, oznacza, że nie powinno ono być gorszej jakości, niż to przewidziane wcześniej w umowie. W sytuacji jednak, gdyby i to nie było możliwe do spełnienia i nowo zaproponowane świadczenie miałyby być jakości niższej, klient może domagać się stosownego obniżenia zapłaconej przez niego ceny. W przypadku, gdy spełnienie jakiegokolwiek świadczenia zastępczego w ogóle nie będzie możliwe, albo, gdy konsument nie przyjmie świadczenia mu zaoferowanego z uzasadnionych powodów (np. w sytuacji, gdy proponowane mu świadczenie jest gorszej jakości) i odstąpi od umowy, to przedsiębiorca jest zobowiązany zapewnić konsumentowi na swój koszt powrót do miejsca rozpoczęcia imprezy lub do innego wspólnie uzgodnionego miejsca, przy czym musi do tego dojść w warunkach nie gorszych, niż określone w umowie.

W sytuacji, gdy konsument nie wyraża zgody na spełnienie na jego rzecz określonego świadczenia zastępczego, może on odstąpić od umowy bez ponoszenia z tego tytułu negatywnych dla siebie konsekwencji finansowych, tj. bez obowiązku zapłaty kary umownej z tytułu odstąpienia od umowy. Odstąpienie co do zasady nie wyklucza możliwości dochodzenia przez konsumenta naprawienia szkody spowodowanej niewykonaniem umowy. Możliwość taka nie istnieje jedynie w przypadku, jeżeli niemożność wykonania świadczenia zastępczego była spowodowana wyłącznie siłą wyższą albo działaniami lub zaniechaniami osób trzecich, które nie uczestniczą w wykonywaniu świadczenia zastępczego, a zachowań tych nie dało się przewidzieć, ani też uniknąć.

Na gruncie opisanego art. 16 a ustawy o usługach turystycznych za niedopuszczalne uznać należy stosowanie w obrocie konsumenckim postanowień, na mocy których przedsiębiorcy przewidywaliby możliwość jednostronnej zmiany świadczeń w trakcie imprezy lub w których zastrzegaliby, że brak akceptacji zmiany ze strony konsumenta pociąga za sobą konsekwencje w postaci wyłączenia możliwości dochodzenia roszczeń. Za niedopuszczalne należy uznać również stosowanie wszelkich postanowień, które mogą wywoływać tożsame z wyżej opisanymi skutki, np. postanowienia, w których stwierdza się, że określone świadczenia nie stanowią istotnej części programu. Wszystkie elementy wskazane w art. 14 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych, to elementy istotne umów o świadczenie usług turystycznych. Nie bez powodu bowiem ustawodawca nałożył obowiązek określenia w umowach szczegółowych danych charakteryzujących świadczenia, które strony mają spełnić. Ustawodawca wskazał np. na obowiązek określenia w umowie położenia, rodzaju i kategorii obiektu, w którym ma dojść do zakwaterowania. Nie tylko jakość świadczonych w takim obiekcie usług, ale także jego położenie ma istotne znaczenie dla uczestników imprez. Różne grupy konsumentów mają w tym zakresie odmienne preferencje, jedni bowiem będą wybierali obiekty zlokalizowane w centrach miejscowości, w otoczeniu licznych miejsc rozrywki, a inni będą wybierali miejsca znajdujące się na uboczu, w cichych dzielnicach miejscowości.

Wskazać również należy, że postanowienia wzorców umów, na mocy których przedsiębiorcy zastrzegają dla siebie uprawnienie do zmiany, bez ważnych przyczyn,



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

istotnych cech świadczenia, można uznać za postanowienia niedozwolone, o jakich mowa w art. 385³ pkt 19 k.c.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „W wyjątkowych przypadkach organizator imprezy zastrzega sobie prawo do zmiany kolejności punktów programu lub zakwaterowania uczestników w hotelach innych niż opisano, lecz o równorzędnym lub wyższym standardzie.” (Barbara Czejgis-Słocka, Piotr Wilkoń Biuro Turystyki „Barbara-Travel” s.c. w Rzeszowie).

Innym sposobem obejścia przepisów normujących zasady wprowadzania zmian w świadczeniach spełnianych w trakcie imprezy turystycznej jest wprowadzanie do wzorców umów postanowień, na mocy których przedsiębiorcy zastrzegają możliwość zmiany kluczowych świadczeń na wypadek wystąpienia bliżej nieokreślonych sytuacji wyjątkowych. Daje to możliwość swobodnego interpretowania okoliczności, w jakich do zmiany może dojść oraz do uniknięcia jej konsekwencji. W trakcie przeprowadzonej kontroli stwierdzono, że zastrzeżenia takie były stosowane zarówno odnośnie ofert specjalnych (tzw. *last minute*), jak i ofert nie promocyjnych. Postanowienia te dotyczyły możliwości zmiany miejsca zakwaterowania i choć wskazywano w nich, że nie może dojść do obniżenia kategorii obiektu hotelarskiego w stosunku do tej, jaką określono w umowie, to nie wspomniano np. o lokalizacji obiektów pierwotnie wybranych i ostatecznie zaoferowanych uczestnikom imprezy. Skutkiem wprowadzenia opisywanych postanowień może być to, że konsument zostanie zaskoczony na miejscu odbywania się imprezy zmianą obiektu, w którym ma zostać zakwaterowany. W takim przypadku może dojść do sytuacji, gdy uczestnik liczył na wypoczynek w cichym i spokojnym miejscu, a wbrew temu zostanie zakwaterowany w centrum, w pobliżu takich miejsc jak deptaki, dyskoteki, bary albo w zamian za obiekt zlokalizowany przy plaży zostanie mu zaoferowany obiekt znacznie od niej oddalony.

Postanowienia uprawniające przedsiębiorców do jednostronnej zmiany umów bez ważnych przyczyn w nich wskazanych mogą być uznawane za niezgodne nie tylko z art. 385¹ § 1 k.c., który stanowi, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są takie niezgodnione indywidualnie postanowienia, które kształtują prawa i obowiązki konsumentów w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając ich interesy, ale również z art. 385³ pkt. 10 k.c., który odnosi się wprost do sytuacji, gdy przedsiębiorca zostaje uprawniony do jednostronnego dokonywania zmian.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „(...) W przypadku ofert specjalnych i zakupionych w ostatniej chwili (zwłaszcza w pełni sezonu) Organizator w wyjątkowych sytuacjach, mogących zaistnieć niezależnie od organizatora zastrzega sobie prawo do zmiany miejsca zakwaterowania z zachowaniem tej samej kategorii zakwaterowania.” (Jolanta Więckowska Biuro Podróży „Centrum” w Krakowie);
- „W wyjątkowych przypadkach w trakcie realizacji imprezy Biuro rezerwuje sobie możliwość i prawo do zmiany programu i zakwaterowania w innych hotelach, pensjonatach lub ośrodkach wczasowych o równorzędnym lub wyższym standardzie.” (Juventur Gorzów Sp. z o.o. w Gorzowie Wielkopolskim).

O ile w ww. postanowieniach była przynajmniej mowa o wystąpieniu wyjątkowych okoliczności, które miałyby spowodować konieczność wprowadzenia zmian, to w toku kontroli stwierdzono również przypadek stosowania postanowienia, na mocy którego zastrzeżono na rzecz organizatora uprawnienie do zakwaterowania konsumenta w innym obiekcie bez konieczności nawet wykazywania, że jest to spowodowane nieprzewidywanymi okolicznościami. Możliwość taka dotyczyła tzw. ofert specjalnych (czyli np. *last minute*), do



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

których na gruncie ustawy o usługach turystycznych nie odnosi się żadna szczególna regulacja. Umowy zawierane w związku z ofertami specjalnymi są więc tak samo traktowane, jak wszystkie inne umowy o świadczenie usług turystycznych i nie ma żadnych powodów, aby organizatorzy nie dopełniali w związku z zawieraniem umów tego typu wybranych przez siebie obowiązków. Dodatkowo o naganności opisywanego postanowienia świadczy to, że zmiana obiektu, w którym miałyby dojść do zakwaterowania była obwarowana jednym tylko wymogiem, a mianowicie wymogiem dotyczącym standardu hotelu. Mógł to więc być hotel w miejscu zupełnie innym niż wybrane przez konsumenta. Także jakie postanowienie może zostać w ocenie Prezesa Urzędu uznane za niezgodne z ww. art. 385¹ k.c. i 385³ k.c.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Zakres świadczeń opłacanych przez Klienta określany jest w oparciu o cennik oraz aktualny katalog wraz ze wszystkimi zawartymi w nich informacjami dodatkowymi z zastrzeżeniem, iż w przypadku ofert specjalnych (np. last minute, no name) możliwe jest zakwaterowanie w hotelu innym niż określony w umowie, w tym w hotelu nie przedstawionym w ofercie katalogowej przy zachowaniu standardu hotelu określonego w umowie.” (GTI Travel Poland Sp. z o. o. w Warszawie).

6. Postanowienia wyłączające obowiązek zwrotu konsumentowi części ceny stanowiącej ekwiwalent za niewykorzystane świadczenie

Na mocy umów o świadczenie usług turystycznych przedsiębiorcy zobowiązują się do spełnienia na rzecz konsumentów – uczestników organizowanych przez nich imprez - określonych świadczeń. Istotą imprez turystycznych jest to, że w ich ramach mają być spełniane co najmniej dwie związane ze sobą usługi, czyli np. przewóz i zakwaterowanie. Rodzaj i zakres tych usług zależy od profilu danej imprezy. W zamian za usługi wykonywane przez organizatora, bądź inny podmiot działający w jego imieniu, konsument jest zobowiązany do uiszczenia ceny. Cena za imprezę jest ekwiwalentem za wszystkie ustalone usługi. Z tego też względu, w sytuacji, gdy część z usług nie jest w trakcie imprezy wykonywana lub spełniane są świadczenia o niższym standardzie, niż uzgodniony, konsument powinien otrzymać z tego tytułu rekompensatę, np. w postaci zwrotu kwoty odpowiadającej różnicy pomiędzy wartością świadczeń ustalonych w umowie, a wartością świadczeń spełnionych. Obowiązek obniżenia ceny, czyli w praktyce częściowego zwrotu wniesionej przez konsumenta zapłaty, wynika z art. 16 a ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, który stanowi, że w przypadku, gdy organizator, który w czasie trwania danej imprezy turystycznej nie wykonuje przewidzianych w umowie usług, stanowiących istotną część programu i jednocześnie nie wykonuje świadczenia zastępczego, jest zobowiązany do odpowiedniego obniżenia ceny. Zaznaczyć trzeba, że na konsumentie nie ciąży bezwzględny obowiązek przyjęcia jakiegokolwiek świadczenia zastępczego oferowanego mu przez organizatora. Można wskazać pewne sytuacje, w których nieprzyjęcie świadczenia będzie uzasadnione (np. oferowanie świadczenia o nieodpowiedniej jakości).

Przy dokonywaniu indywidualnych rozliczeń na gruncie konkretnych umów należy mieć na względzie przepisy ustawy o usługach turystycznych, a także przepisy Kodeksu cywilnego dotyczące skutków niewykonania zobowiązań, w tym zobowiązań wzajemnych. W takich sytuacjach istotne znaczenie mają przyczyny niewykonania świadczenia, np. rezygnacja konsumenta zawiniona przez organizatora, wystąpienie okoliczności, za które żadna ze stron nie odpowiada itd. Wszystkie te okoliczności mają znaczenie przy ustalaniu podstaw i wysokości należnego konsumentowi zwrotu. Dla negatywnej oceny postanowień, na mocy których dochodzi do całkowitego zwolnienia przedsiębiorcy z obowiązku rozliczenia się z konsumentem, wspomniane powyżej okoliczności nie mają znaczenia. W sytuacji, gdy



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

przedsiębiorca z góry wyklucza obowiązek zwrotu konsumentowi kwot stanowiących równowartość niewykorzystanych przez niego świadczeń, postanowienie, na mocy którego do tego dochodzi, można uznać za niezgodne z prawem.

Postanowienia wzorców umów, na mocy których przedsiębiorcy ograniczają konsumentom możliwość dochodzenia zwrotu poniesionych i nie wykorzystanych kosztów, uznaje się za niezgodne z art. 385³ pkt 12 k.c., który stanowi, że niedozwolone są takie postanowienia wzorców umów, które wyłączają obowiązek zwrotu konsumentowi uiszczonej zapłaty za świadczenie niespełnione w całości lub w części, jeżeli konsument zrezygnuje z zawarcia umowy lub z jej wykonania. Wspomnieć też trzeba o przepisie art. 385³ pkt 13 k.c., zgodnie z którym za niedozwolone uważa się postanowienia przewidujące, że konsument nie będzie mógł żądać zwrotu świadczenia spełnionego przez niego wcześniej, czyli wpłaconych przez niego pieniędzy, niż świadczenie kontrahenta, gdy strony wypowiedają, rozwiązują lub odstępują od umowy, czyli przewidują, że konsument nie będzie mógł domagać się zwrotu wniesionych przez niego kwot.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Zamawiającemu/Uczestnikowi nie przysługuje zwrot wartości utraconych świadczeń, których nie wykorzystał z przyczyn leżących po jego stronie (np. skrócenie lub przerwanie podróży, nieszczęśliwy wypadek, choroba, zabłądzenie lub spóźnienie się na miejsce zbiórki, odmowa wyjazdu lub wyjazdu ze strony służb granicznych, brak ważności dokumentów).” (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu);
- „Organizator nie dokonuje zwrotu świadczeń, które nie zostały w pełni wykorzystane z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego/ Uczestnika lub, jeżeli w czasie trwania imprezy następuje zmiana program z przyczyn niezależnych od Organizatora.” (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu);
- „W przypadku przerwania podróży lub pobytu z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Uczestnika, równowartość niewykorzystanych świadczeń nie będzie refundowana.” (Karol Tomczyk Biuro Turystyczne „KRAKUS” w Krakowie).
- „W przypadku przerwania przez Zleceniodawcę pobytu dzieci na koloniach z przyczyn nie leżących po stronie Organizatora równowartość niewykorzystanych świadczeń nie będzie zwracana.” (Robert Sajnaj LUTUR w Lublinie);
- „Niewykorzystanie przez Klienta z przyczyn leżących po jego stronie świadczeń objętych programem imprezy nie może stanowić podstawy do obniżenia płatności za imprezę lub żądania ekwiwalentu za niewykorzystane świadczenia.” (Barbara Czejgis-Słocka, Piotr Wilkoń Biuro Turystyki „Barbara-Travel” s.c w Rzeszowie).

7. Postanowienia nakładające na konsumentów odstępujących od umowy obowiązek zapłaty rażąco wygórowanych świadczeń pieniężnych oraz uprawniające przedsiębiorców do dokonywania potrąceń

Przeprowadzona kontrola wykazała także, że w umowach o świadczenie usług turystycznych wciąż można spotkać klauzule, na mocy których konsumenci są zobowiązani do ponoszenia procentowo określonych kosztów na wypadek rezygnacji przez nich z uczestnictwa w imprezie. W toku podjętych działań stwierdzono stosowanie takich regulacji w dziewięciu przypadkach wymienionych w Załączniku nr 1 do niniejszego Raportu.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Klauzule takie wielokrotnie były uznawane przez Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za niedozwolone. Zgodnie z takimi postanowieniami, kwota nie podlegająca zwrotowi w razie odstąpienia przez konsumenta od umowy rośnie wraz ze zbliżeniem się terminu rozpoczęcia imprezy. Przy zastosowaniu takiej konstrukcji całkowicie pomija się wysokość kosztów faktycznie poniesionych przez organizatora przy przygotowaniach do realizacji umowy z konsumentem. To z kolei może doprowadzić do sytuacji, w której konsument będzie zobowiązany do poniesienia kosztów w wysokości przewyższającej wartość nakładów faktycznie poczynionych przez przedsiębiorcę.

Taka konstrukcja nie odpowiada regulacji wynikającej z art. 395 § 2 k.c., który stanowi, że „W razie wykonania prawa odstąpienia umowa uważana jest za niezawartą. To co strony sobie świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Za świadczone usługi oraz za korzystanie z rzeczy należy się drugiej stronie odpowiednie wynagrodzenie”. Niniejszy przepis oznacza, że stronie, której kontrahent odstępuje od umowy, należy się odpowiednie wynagrodzenie, przy czym zasadą jest zwrot wszystkich wniesionych świadczeń. Z powyższego można wywnioskować, że nie jest słuszne założenie, zgodnie z którym przedsiębiorca potrąca z góry określone, np. procentowo, kwoty.

Postanowienia, na mocy których przewiduje się, że konsument będzie zobowiązany do poniesienia kosztów rezygnacji z umowy lub też, że ponoszone przez niego koszty będą rażąco wygórowane, uznaje się za niedozwolone postanowienia umowne, o jakich mowa odpowiednio w art. 385³ pkt. 16 i 17 k.c. Przepisy te mówią, iż za niedozwolone uznaje się postanowienia, które nakładają wyłącznie na konsumenta obowiązek zapłaty ustalonej sumy na wypadek rezygnacji z zawarcia lub wykonania umowy, a także że za takie postanowienia uważa się klauzule, które nakładają na konsumenta, który nie wykonał zobowiązania lub odstąpił od umowy, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanej kary umownej lub odstępnego.

Zastrzec należy, że Urząd nie kwestionuje samej zasady, zgodnie z którą konsument musi ponieść określone koszty, gdy przedsiębiorca już wykonał na jego rzecz określone świadczenie. Każdorazowo uwzględnia się także specyfikę umów o świadczenie usług turystycznych, z których istoty wynika, że przygotowania do jej wykonania są czynione w okresie często odległym od momentu, kiedy umowa jest wykonywana.

Nie budzą zastrzeżeń postanowienia, na mocy których przykładowo wskazuje się, jak takie koszty mogą się kształtować w określonych terminach. Jednak fakt, że są to wielkości przewidywalne, musi jednoznacznie wynikać z postanowienia umownego. Nie budzą też zastrzeżeń postanowienia, na mocy których procentowo oznaczone wielkości stanowią górny pułap kwot, których mogą domagać się przedsiębiorcy, przy zastrzeżeniu, że kwoty te nie przekroczą kosztów faktycznie poniesionych przez organizatora. Takie postanowienia nie godzą w interesy konsumentów, stąd nawet odwołanie się do procentowo określonych kwot nie powoduje ich kwestionowania.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Jeżeli Zamawiający rezygnuje z organizacji imprezy turystycznej, ponosi następujące koszty:
 - a) W przypadku rezygnacji powyżej 30 dni przed datą rozpoczęcia imprezy potrącane jest 10% wartości imprezy;
 - b) W przypadku rezygnacji pomiędzy 29 a 20 dniem przed datą rozpoczęcia imprezy potrącane jest 20% wartości imprezy;
 - c) W przypadku rezygnacji pomiędzy 19 a 15 dniem przed datą rozpoczęcia imprezy potrącane jest 40% wartości imprezy;
 - d) W przypadku rezygnacji pomiędzy 14 a 7 dniem przed datą rozpoczęcia imprezy potrącane jest 60% wartości imprezy;



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

- e) W przypadku rezygnacji pomiędzy 6 a 1 dniem przed datą rozpoczęcia imprezy potrącane jest 90% wartości imprezy;
- f) W przypadku rezygnacji poniżej 1 dnia przed datą rozpoczęcia imprezy lub w przypadku nie rozpoczęcia podróży przez uczestnika potrącane jest do 100% wartości imprezy." (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu).

8. Postanowienia przewidujące prawo przedsiębiorcy do zatrzymania zaliczki

Przeprowadzona kontrola wykazała, że w jednej z umów zastrzeżono możliwość zatrzymania wpłaconej przez konsumenta zaliczki, w sytuacji, gdy ten odstępuje od umowy, bez względu na okoliczności tego odstąpienia.

Postanowienia, na mocy których zastrzega się prawo przedsiębiorcy do zachowania otrzymanej przez niego zaliczki, uważa się za niezgodne z art. 385³ pkt 12 k.c., na mocy którego za niedozwolone uznaje się postanowienia wyłączające obowiązek zwrotu konsumentowi uiszczonych zapłaty za świadczenie niespełnione w całości lub części, jeżeli konsument zrezygnuje z zawarcia umowy lub z jej wykonania.

W praktyce każda sprawa powinna być rozpatrywana indywidualnie, jednakże regułą jest, że zaliczka podlega zwrotowi w przypadku odstąpienia od umowy którejkolwiek z jej stron, wobec czego nie ma podstaw prawnych do tego, aby zawierać w umowie zastrzeżenie przeciwne.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Zaliczka przekazana Organizatorowi ma to znaczenie, że w razie odstąpienia Uczestnika od umowy przed planowanym jej rozpoczęciem Organizatorowi przysługuje prawo zatrzymania jej.” (Stanisław Przytuła Przedsiębiorstwo STANPOL w Łęcznej).

9. Klauzule uprawniające do pobierania od konsumentów nieuzasadnionych opłat

Przeprowadzona kontrola wykazała, że w praktyce są stosowane różne metody przeprowadzania rozliczeń z konsumentami, na wypadek wprowadzania do umów jakichkolwiek zmian. Wprowadzanie zmian, za porozumieniem obu stron, nie jest zakazane. Przykładowo w ustawie o usługach turystycznych odniesiono się do sytuacji, gdy dochodzi do zmiany uczestnika, z czego wynika, że także cesja praw i obowiązków wynikających z umowy o świadczenie usług turystycznych jest możliwa pod pewnymi warunkami. W związku z taką zmianą, za nieuiszczoną część ceny imprezy oraz koszty poniesione przez organizatora wynikłe ze zmiany osoby uczestnika imprezy solidarnie odpowiada klient pierwotnie będący stroną umowy oraz osoba wstępująca do umowy na jego miejsce. Przez ww. koszty należy rozumieć koszty faktycznie poniesione przez organizatora np. w wyniku zmiany rezerwacji biletu lotniczego, z uwagi na konieczność wydania kolejnej wizy dla nowej osoby. Niedopuszczalne jest natomiast automatyczne obciążanie konsumenta kosztami w przypadku każdej zmiany, nawet w wysokości odpowiadającej kosztom rezygnacji z imprezy.

Wśród postanowień zawartych w skontrolowanych wzorcach umów znalazła się regulacja stosowana przez Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie mówiąca o jednakowym traktowaniu wszelkich zmian w rezerwacji, co powoduje powstanie jednakowych konsekwencji w każdym przypadku modyfikowania umowy, bez względu na okoliczności i zakres zmian. W takiej sytuacji np. zmiana nazwiska uczestnika, nawet niepowiązana ze zmianą osoby



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

uczestnika imprezy, lecz np. jedynie ze zmianą stanu cywilnego, powoduje dla konsumenta skutki finansowe tożsame z rezygnacją z imprezy. Okoliczność, że uczestnik zmienia nazwisko nie ma zasadniczo znaczenia przy świadczeniu usług np. związanych z wyżywieniem. Stąd też równoważne traktowanie np. jedynie zmiany nazwiska uczestnika z sytuacją, gdy dochodzi do rezygnacji z imprezy budzi poważne zastrzeżenia w kontekście przepisów o niedozwolonych postanowieniach umownych. Stosownie do art. 385¹ § 1 k.c. postanowienia wzorca umowy stanowią niedozwolone postanowienia umowne, gdy nie zostały indywidualnie uzgodnione z konsumentem, a jednocześnie kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Wszelkie zmiany w rezerwacji (w tym również zmiany nazwisk) będą traktowane jako rezygnacja, zgodnie z punktem 5.6 w/w warunków.” (Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie).

10. Postanowienia regulujące tryb reklamacyjny

W toku przeprowadzonej kontroli szczególną uwagę poświęcono kwestiom związanym ze składaniem reklamacji. Regulacje normujące tę materię analizowano pod kątem zgodności ze znowelizowanymi w 2010 roku zapisami ustawy o usługach turystycznych dotyczącymi trybu reklamacyjnego.

Najważniejsza zmiana w tym zakresie polegała na wprowadzeniu do rozdziału 3 zatytułowanego „Ochrona klienta” art. 16 b ust. 3 – 5. Na mocy tych przepisów wyraźnie potwierdzono, że reklamacja może być złożona niezależnie od zgłoszenia nieprawidłowości w trakcie trwania imprezy. Tym samym ustawodawca jednoznacznie określił, iż bez względu na fakt zgłoszenia w trakcie imprezy nieprawidłowości w trybie przewidzianym w art. 16 b ust. 1 ustawy o usługach turystycznych lub niedopełnienia tego obowiązku, uczestnik imprezy może złożyć reklamację.

Drugą istotną kwestią uregulowaną w nowowprowadzonym przepisie jest termin złożenia reklamacji. Ustawodawca przewidział mianowicie, że termin ten wynosi 30 dni od daty zakończenia imprezy turystycznej. Regulacja ta pozwala na kontynuację dotychczasowej praktyki kształtowanej orzecznictwem sądowym. Przypomnieć trzeba, że umowa zawierana z konsumentem powinna obejmować informacje o trybie i terminie składania reklamacji.

Reklamacja natomiast powinna zawierać opis zastrzeżeń, uchybień w sposobie wykonania umowy oraz powinna określać żądania uczestnika względem organizatora (czyli np. powinna określać wysokość odszkodowania, którego domaga się konsument).

W art. 16 b ust. 5 ustawy o usługach turystycznych zastrzeżono, że w przypadku, jeżeli organizator nie ustosunkuje się na piśmie do otrzymanej przez niego reklamacji w ciągu 30 dni od daty jej złożenia, a w przypadku reklamacji złożonej w trakcie imprezy, w terminie 30 dni od daty zakończenia danej imprezy, przyjmuje się, że dana reklamacja została uznana za uzasadnioną. Biernie zachowanie przedsiębiorcy powoduje więc, że reklamacja konsumenta zostaje uznana.

Postanowienia określające obowiązek spełnienia przez konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności

Ustawa o usługach turystycznych nie określa formy, w jakiej należy wnieść reklamację. Z tego można wywnioskować, iż ustawodawca nie zamierzał nadmiernie sformalizować



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

trybu reklamacyjnego. Określanie zbyt wielu rygorów może bowiem utrudniać dochodzenie roszczeń, czy nawet skłaniać konsumentów do rezygnacji z dochodzenia należnych im praw.

Ponadto ustawa o usługach turystycznych, poza terminem, w jakim reklamacja ma zostać rozpatrzona, nie określa względem organizatora oraz jego przedstawicieli żadnych obowiązków związanych z trybem reklamacyjnym. Stąd też konieczność uzyskania przez konsumentów np. potwierdzenia wystąpienia określonych okoliczności od przedstawiciela organizatora w miejscu odbywania się imprezy, wobec braku jakichkolwiek ustawowych instrumentów służących wyegzekwowaniu takiego potwierdzenia, może w praktyce uniemożliwiać złożenie reklamacji i w konsekwencji utrudniać dochodzenie roszczeń.

Uzależnienie skuteczności reklamacji od określonego zachowania samego organizatora lub jego przedstawiciela jest warunkiem godzącym w interesy konsumentów, gdyż podejmowane przez uczestników środki mogą być niweczone działaniami lub zaniechaniami podmiotu o interesach sprzecznych z interesami konsumentów. Nieuzasadnione jest także stawianie wymogów formalnych odnośnie sposobu dostarczenia reklamacji na piśmie, np. przesyłką poleconą. W pewnych okolicznościach nadanie pisemnej reklamacji przesyłką poleconą może usprawnić całe postępowanie, jednakże niedochowanie takiej formy nie powinno z góry rozstrzygać o odrzuceniu reklamacji.

Dodatkowo stawianie konsumentom przez organizatorów turystyki wyżej opisanych warunków nie znajduje oparcia w obowiązujących przepisach prawa. Wspomnieć warto, że Prezes Urzędu nie kwestionuje postanowień, na mocy których zaleca się konsumentowi działania, dzięki którym rozpatrzenie reklamacji może stać się łatwiejsze, jednak od których nie uzależnia się ważności i skuteczności reklamacji. Za zbyt daleko idące należy jednak oceniać takie wymagania, nie zastosowanie się do których powoduje, że reklamacja nie jest w ogóle rozpatrywana. Postanowienia nakładające zbyt daleko idące rygory mogą być więc uznawane za niezgodne z art. 385³ pkt 2 k.c., który stanowi, że niedozwolone są postanowienia wyłączające lub istotnie ograniczające odpowiedzialność względem konsumenta za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania. Postanowienia takie mogą zostać uznane również za niezgodne z art. 385³ pkt 21 k.c., ma mocy którego uznaje się za niedozwolone z kolei postanowienia uzależniające odpowiedzialność przedsiębiorcy od wykonania zobowiązania przez osoby, za pośrednictwem których zawiera on umowę lub przy pomocy których wykonuje swe zobowiązanie wobec konsumenta, albo uzależnia tę odpowiedzialność od spełnienia przez konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Reklamacja powinna być złożona w formie pisemnej listem poleconym pod rygorem nieważności na adres Organizatora.” (Biuro Podróżników FLUGO Sp. z o.o. w Bydgoszczy);
- „Ewentualne reklamacje muszą być potwierdzone przez przedstawiciela HK ZUH PARTNER sp. z o.o., lub świadczącego usługi kontrahenta pod rygorem nieważności i zawierać uzasadnienie. Niepotwierdzone reklamacje nie będą rozpatrywane.” (HK Zakład Usługowo Handlowy Partner sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej);
- „Jeżeli Skarżący nie jest zadowolony ze sposobu załatwienia reklamacji w czasie pobytu, to może złożyć reklamacje, na piśmie bezpośrednio do Organizatora lub przez jego przedstawiciela w terminie do 30 dni od dnia zakończeniu danej imprezy, z zastrzeżeniem, że wiarygodność podanych uwag powinna być potwierdzona przez przedstawiciela Organizatora (pilota, rezydenta).” (Jerzy Staroń, Joachim Jendrzey Biuro Podróży Olestur w Oleśnie);



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

- „Uczestnik ma prawo do złożenia reklamacji w formie pisemnej do 30 dni po zakończeniu imprezy. Warunkiem rozpatrzenia reklamacji jest:
 - w przypadku imprezy zorganizowanej - pisemne potwierdzenie jej rezydenta lub pilota imprezy turystycznej,
 - w przypadku imprezy indywidualnej – pisemne potwierdzenie u kierownika ośrodka.Reklamacje nie spełniające powyższych wymogów nie będą przyjmowane. Biuro zastrzega sobie 30 dniowy termin rozpatrzenia reklamacji. W czasie jej rozpatrywania Klient nie ma prawa uciekać się do mediów etc.” (Barbara Czejgis-Słocka, Piotr Wilkoń Biuro Turystyki „Barbara-Travel” s.c. w Rzeszowie);
- „Reklamacja Uczestnika skierowana do Organizatora w sytuacji uzależnionej od formy imprezy turystycznej oraz przedmiotu reklamacji winna zawierać oświadczenie jego Przedstawiciela lub innego podwykonawcy Organizatora o wystąpieniu okoliczności świadczących o niewykonaniu lub nienależytym wykonaniu umowy oraz propozycję zaspokojenia roszczeń.” (Biuro podróży „ALEX” s.c. J. Zielińska, J. Marciniak w Białymstoku);
- „Warunkiem rozpatrzenia reklamacji przez organizatora jest zgłoszenie przedmiotu reklamacji przedstawicielowi organizatora w trakcie imprezy w formie pisemnej, pod rygorem nieważności.” (Stanisław Przytuła Przedsiębiorstwo STANPOL w Łęcznej);
- „Ewentualne reklamacje należy składać u przedstawiciela Sun&Fun Holidays, w formie pisemnej, niezwłocznie w momencie zaistnienia usterki pod rygorem ich odrzucenia.” (SUN&FUN Holidays Sp. z o.o. w Warszawie).

Klauzule określające prawo do złożenia reklamacji w rażąco krótkim terminie

W toku przeprowadzonych czynności stwierdzono, że czternastu spośród skontrolowanych przedsiębiorców stosuje postanowienia określające zbyt krótki termin wniesienia reklamacji. Na mocy nowelizacji ustawy o usługach turystycznych z 2010 roku termin ten wynosi 30 dni liczonych od dnia zakończenia imprezy, a zasady te nie mogą być modyfikowane na niekorzyść konsumentów. Niestety, jak zauważono powyżej, część ze skontrolowanych wzorców oraz umów zawierała regulacje, na mocy których termin złożenia reklamacji był znacznie krótszy, bo np. 7, czy 14-dniowy.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Uczestnik ma prawo złożyć u Organizatora reklamacje w razie nienależytego wykonania umowy w terminie nie później niż 20 dni od dnia zakończenia imprezy z zastrzeżeniem pkt V.1.c Reklamacja powinna być przekazana do Organizatora w formie pisemnej listem poleconym. Organizator ma obowiązek rozpatrzenia reklamacji w ciągu 20 dni od daty jej otrzymania.” (Jacek Wróblewski, Michał Stachowiak s.c. NO LIMIT TRAVEL w Bydgoszczy);
- „Jeżeli wady nie zostaną usunięte w trakcie trwania imprezy zamawiający ma prawo złożyć reklamację Organizatorowi w terminie 7 dni od dnia zakończenia imprezy w formie pisemnej. Podstawą rozpatrzenia reklamacji jest kopia pisemnej reklamacji, potwierdzona przez pilota/rezydenta w trakcie trwania imprezy.” (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu);
- „Reklamacja powinna być złożona w formie pisemnej niezwłocznie u wykonawcy usługi oraz u pilota lub rezydenta, a po powrocie powinna być złożona pisemnie w terminie 14 dni od zakończenia imprezy zgodnie z planem.” (Kolejowe Przedsiębiorstwo Turystyczno – Wypoczynkowe NATURA TOUR Sp. z o.o. w Gdańsku);

- „Wszelkie reklamacje powinny być wniesione niezwłocznie w formie pisemnej, w pierwszej kolejności u pilota Imprezy w trakcie jej trwania – pod rygorem nie uznania reklamacji, a następnie do Biura w ciągu 14 dni od daty zakończenia imprezy.” (Cecylia Rutkowska Biuro Turystyki Rodzinnej Gold Tour w Prudniku);
- „Warunkiem rozpatrzenia reklamacji przez EPT jest zgłoszenie przedmiotu reklamacji, w tym również w zakresie zastrzeżeń, o których mowa w pkt 10.2 i 10.3, niezwłocznie po jej zaistnieniu, podczas trwania turnusu, w Agencji/Recepcji wydającej klucze i na telefon dyżurny (...) lub rezydentowi/pilotowi EPT (...).” (Biuro Podróży Euro Pol Tour sp. z o.o. w Katowicach);
- „Wszelkie reklamacje winny być wniesione niezwłocznie i w formie pisemnej, w pierwszej kolejności u pilota w trakcie trwania Imprezy i, a następnie w Biurze w ciągu 14 dni od daty zakończenia Imprezy. Reklamacja zostanie rozpatrzona w terminie 30 dni od daty jej złożenia.” (Krystyna Rzegocka – Żybura, Teresa Daniel Biuro Usług Turystycznych TRAMP w Rzeszowie);
- „Reklamacje Zleceniodawcy przyjmowane są w biurze Organizatora do 7 dni od zakończenia kolonii letnich (tylko w formie pisemnej), a Organizator ma obowiązek rozpatrzenia reklamacji w ciągu 7 dni od daty jej otrzymania (...).” (Robert Sajnaj LUTUR w Lublinie);
- „Reklamacje dotyczące realizacji powyższej umowy należy zgłaszać indywidualnie, po powrocie z imprezy nie później jednak niż 14 dni od daty zakończenia imprezy...”. (Irena Domańska – Łuczka, Małgorzata Trojanowska Biuro Usług Turystycznych „Intur” s.c. w Zamościu);
- „Ewentualne reklamacje należy zgłaszać w miejscu ich zaistnienia przedstawicielowi organizatora (pilot, kontrahent) w celu ich usunięcia. Zgłoszenie reklamacji po powrocie nie będzie uznane ze względu na brak możliwości jej zweryfikowania.” (POLKA TRAVEL – M. Szura Sp. j. w Kielcach);
- „Zgodnie z art. 16 ustawy o usługach turystycznych warunkiem rozpatrzenia reklamacji przez Organizatora jest zgłoszenie przedmiotu w trakcie imprezy w formie pisemnej przedstawicielowi Organizatora.” (Bożena Szymczyk, Justyna Pańska - Jabłońska Biuro Podróży PRIMA TOUR s.c. w Kielcach);
- „Zgodnie z postanowieniami programu Travel Senior wszystkie skargi i zażalenia klient będzie musiał zgłosić do rezydenta lub innego przedstawiciela Travel Senior na miejscu pobytu w formie pisemnej, zatrzymując dla siebie jedną z kopii. Kolejno do 14 dni kalendarzowych od daty ukończenia imprezy przekazać ją do biura Bee&Free w formie pisemnej pocztą poleconą, dla celów dowodowych (...).” (Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie);
- „Ewentualne reklamacje należy składać u przedstawiciela Sun&Fun Holidays, w formie pisemnej, niezwłocznie w momencie zaistnienia usterki pod rygorem ich odrzucenia.” (SUN&FUN Holidays Sp. z o.o. w Warszawie);
- „Reklamacje i Uzupelnienia złożonych reklamacji należy zgłaszać w formie pisemnej w siedzibie ORGANIZATORA w ciągu 14 dni od daty zakończenia imprezy.” (Marco Polo Travel Sp. z o.o. w Warszawie);
- „Wszelkie reklamacje w sprawie usług winny być wniesione indywidualnie nie później jednak niż 7 dni od daty zakończenia imprezy.” (Biuro Turystyczno-Usługowe „FREGATA” Jolanta Wieczorek w Lubinie).

Klauzule przyznające przedsiębiorcom prawo do rozpatrzenia reklamacji w terminie dłuższym niż ustawowy

Zgodnie z art. 16 b ust. 5 ustawy o usługach turystycznych przedsiębiorca powinien ustosunkować się do reklamacji konsumenta w terminie 30 dni od daty jej złożenia. Nie dotrzymanie ww. terminu powoduje, iż udzielona przez organizatora turystyki odpowiedź pozostaje bez znaczenia prawnego. Oznacza to, że wraz z upływem ustawowego 30-dniowego terminu organizator uznaje reklamację za uzasadnioną.

Początek biegu terminu stanowi zatem data złożenia reklamacji. Określenie tego terminu poprzez wyznaczenie innego zdarzenia jest niezgodne z prawem. Odmiennie uregulowano początek biegu terminu reklamacji złożonej w trakcie imprezy. W takim przypadku termin rozpatrzenia reklamacji biegnie od daty zakończenia imprezy. Ustawodawca, podobnie jak to miało miejsce w poprzednim brzmieniu ustawy, nie przewidział możliwości przedłużenia niniejszego terminu, a więc ukształtowania go mniej korzystnie z punktu widzenia konsumentów.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „(...) Bee&Free ustosunkuje się do reklamacji klienta do 40 dni kalendarzowych od jej złożenia (datą decydująca jest data otrzymania reklamacji w formie pisemnej przez Bee&Free).” (Bee & Free Sp. z o.o. w Warszawie).

11. Postanowienia określające właściwość sądu

Jednym z elementów znacznej części umów o świadczenie usług turystycznych są postanowienia normujące właściwość sądu, przed którym miałyby być rozstrzygane ewentualne spory powstałe na tle tych umów. Zastrzeżenia budzą takie regulacje, na mocy których przedsiębiorcy zastrzegają, iż sądem, przed którym miałyby być rozstrzygana sporna sprawa, jest sąd wyznaczony według miejsca jego siedziby. Postanowienia tej treści wielokrotnie były uznawane przez Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za niedozwolone. Przyczyną stwierdzenia abuzywności postanowień tej treści jest to, iż na ich mocy narzuca się jako właściwy sąd, który może być znacznie oddalony od miejsca zamieszkania konsumenta, a który nie we wszystkich przypadkach byłby właściwy na podstawie przepisów normujących tę materię, a więc przepisów k.p.c. Co do zasady, stosownie do art. 27 k.p.c., powództwo wytacza się przed sądem pierwszej instancji, w którego okręgu pozwany ma miejsce zamieszkania. Tak więc w przypadku, gdyby to organizator występował przeciwko konsumentowi, właściwy byłby sąd wyznaczony wedle miejsca zamieszkania konsumenta. W przypadku powództw o ustalenie istnienia umowy, rozwiązanie lub unieważnienie, jak też o odszkodowanie za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy, stosownie do art. 34 k.p.c., powództwo można wytoczyć przed sądem właściwym według miejsca wykonania umowy. Istotne znaczenie mają w takiej sytuacji przepisy, na podstawie których określa się miejsce wykonania umowy. Zgodnie z art. 454 k.c., jeśli miejsce spełnienia świadczenia nie jest oznaczone, ani nie wynika z właściwości zobowiązania, powinno ono być spełnione w miejscu, gdzie w chwili powstania zobowiązania dłużnik (czyli w zależności od sytuacji faktycznej, przedsiębiorca lub konsument) miał miejsce zamieszkania lub gdzie mieściła się jego siedziba, a w przypadku świadczeń pieniężnych, w miejscu zamieszkania lub w siedzibie wierzyciela.

Postanowienia wyłączające możliwość wytoczenia powództwa przed sądem wyznaczonym na podstawie ww. przepisów, nakazujące rozstrzygnięcie sprawy przed sądem innym, niżby to wynikało z niniejszych przepisów lub ograniczające przewidziane prawem możliwości



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

uznaje się za niezgodne z art. 385¹ §1 k.c. Klauzule takie uznaje się również za niezgodne z art. 385³ pkt 23 k.c., w myśl którego niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, regulacje, które narzucają rozpoznanie sprawy przez sąd, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Wszelkie spory wynikłe z umowy-Zgłoszenia zawartej z Uczestnikiem podlegają kompetencjom sądu Organizatora.” (Agnieszka Krupa EURO-TRAVEL w Kwidzynie);
- „Ewentualne spory mogące wyniknąć na tle stosowania umowy strony poddają pod rozstrzygnięcie przez Sądy właściwe dla siedziby Organizatora.” (Robert Sajnaj LUTUR w Lublinie).

12. Klauzule określające konsekwencje ponoszone przez konsumentów, którzy w trakcie imprezy spowodowali powstanie szkody

W dziesięciu spośród skontrolowanych wzorców umów stosowanych przez organizatorów turystyki znalazły się postanowienia mówiące o obowiązku naprawienia przez konsumenta wyrządzonej przez niego szkody w miejscu jej powstania oraz w czasie trwania imprezy. Wszystkie te postanowienia wymieniono w Załączniku nr 1 do niniejszego Raportu. Uciążliwość postanowień tego typu nie polega na tym, że konsument jest zobowiązany do naprawienia wyrządzonej przez niego szkody, jednakże na tym, że do pokrycia zaistniałych strat ma dojść natychmiast, co może nie dawać czasu na właściwe rozeznanie sprawy, ustalenie, czy i w jakiej wysokości szkodę dana osoba wyrządziła. Uciążliwość tego typu regulacji wynika także z faktu, że zwłaszcza przy szkodach o większym wymiarze, obowiązek naprawienia szkody w miejscu jej wyrządzenia może być niemożliwy do wykonania, a przynajmniej znacznie utrudniony z uwagi na ograniczony dostęp uczestnika imprezy do środków materialnych, w porównaniu z dostępem jaki się do nich ma w miejscu zamieszkania. Dodatkowo na negatywną ocenę tego typu regulacji wpływa fakt, że konsument nie może oczekiwać podobnego unormowania zasad naprawiania szkody powstałej w jego mieniu. Przedsiębiorcy działają bowiem zgodnie z zasadami właściwymi dla trybu reklamacyjnego i co do zasady nie są zobligowani do naprawiania szkody już w czasie trwania imprezy.

Takie ukształtowanie zakresu spoczywających na konsumentach obowiązków powoduje ich nadmierne i nieuzasadnione obciążenie i z tego klauzule o wskazanej treści są uznawane za niezgodne z art. 385¹ §1 k.c.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Zamawiający odpowiada za wyrządzone przez siebie i Uczestników szkody, za które ma obowiązek zapłacić w miejscu ich powstania z własnych środków.” (Szymon Grudziński PHU AMER-TOUR w Inowrocławiu);
- „Uczestnik odpowiada za szkody powstałe z jego winy lub z winy osób będących pod jego opieką i zobowiązany jest do pokrycia kosztów naprawy w miejscu ich powstania.” (HK Zakład Usługowo Handlowy Partner sp. z o.o. w Dąbrowie Górniczej);
- „KLIENT zobowiązany jest do pokrycia szkód wynikłych w związku ze zniszczeniem mienia oraz szkód wyrządzonych osobom trzecim, w trakcie imprezy, przez KLIENTA lub osoby niepełnoletnie, pozostające pod jego opieką.” (Ryszard Wójcik Prywatne Biuro Podróży Sindbad w Opolu).



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Zupełnie nieuzasadnione jest zastrzeżenie, iż pobyt konsumenta, który wyrządził szkodę, po czasie, w którym to nastąpiło, odbywa się na jego koszt. Po pierwsze wielkość szkody może być znacznie niższa, niż wartość świadczeń należnych konsumentowi w czasie pozostałym do zakończenia imprezy, a jednocześnie nie ma mowy o tym, że powyższe prowadzi do wyłączenia możliwości dochodzenia od konsumenta roszczeń odszkodowawczych. Po drugie powyższe może odbierać konsumentom możliwość naprawienia szkody w „normalnym” trybie, np. poprzez uiszczenie odszkodowania. Po trzecie określenie, że skutkiem wyrządzenia szkody jest odbywanie dalszej podróży na koszt konsumenta świadczy o tym, że w każdym przypadku konsekwencje finansowe następują natychmiast, co może doprowadzić do podjęcia przez osobę reprezentującą organizatora pochopnej decyzji w kwestii konieczności obarczenia uczestnika imprezy odpowiedzialnością. Stosowanie poniżej cytowanej regulacji może wreszcie skutkować tym, że szkoda zostanie wyrządzona np. w majątku przewoźnika lotniczego, a organizator zostanie zwolniony z obowiązku świadczenia na rzecz konsumenta jakichkolwiek dalszych świadczeń.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „Klient ponosi odpowiedzialność odszkodowawczą za szkody dokonane na przedmiotach należących do Organizatora, innych uczestników, hoteli, linii lotniczych itp. Klient ponosi odpowiedzialność materialną za szkody i straty wyrządzone z jego winy lub z winy osób, nad którymi sprawuje nadzór lub opiekę. W takiej sytuacji dalszy pobyt oraz powrót Klienta odbywa się na jego koszt.” (Aquamaris SA w Bielsku –Białej).

13. Klauzule uprawniające organizatorów turystyki do rozwiązania umowy z uczestnikiem imprezy w jej trakcie

Jedenaście ze skontrolowanych wzorców umów zawierało postanowienia, na mocy których przedsiębiorcy zastrzegli sobie możliwość rozwiązania z konsumentem umowy. Postanowienia te wymieniono w Załączniku nr 1 do niniejszego Raportu. Możliwość taka dotyczy osób, które swym zachowaniem naruszają ogólnie przyjęte normy postępowania, czym uniemożliwiają prawidłową realizację imprezy względem innych jej uczestników oraz pogarszają innym uczestnikom warunki wypoczynku. Podjęcie przez organizatora lub jego pracownika najdalej idącego środka w postaci „wykluczenia” uczestnika z imprezy, może w pewnych okolicznościach okazać się koniecznością. Postanowienia, na mocy których uprawnienie takie jest określane, nie powinno jednak zapewniać przedsiębiorcy zbyt daleko idącej swobody w określaniu i interpretacji okoliczności, w jakich może do tego dojść. Okoliczności mogące skutkować rozwiązaniem umowy powinny być określone jednoznacznie i tak, aby decyzja organizatora podejmowana w trakcie imprezy nie była autorytarna i subiektywna, lecz aby była podejmowana w oparciu o jasno określone kryteria znane każdemu z uczestników już przy podpisywaniu umowy.

Postanowienia, które nie spełniają ww. wymogów, mogą zostać uznane za niezgodne z art. 385¹ § 1 k.c., który stanowi, że niedozwolone są postanowienia umowy zawieranej z konsumentem, które nie zostały z nim uzgodnione indywidualnie, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, jednocześnie rażąco naruszając jego interesy. Postanowienia takie mogą również zostać uznane za klauzule, o jakich mowa w art. 385³ pkt 9 k.c., zgodnie z którym za niedozwolone są uznawane takie postanowienia, na mocy których przyznaje się kontrahentowi konsumenta uprawnienie do dokonywania wiążącej interpretacji umowy.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

- „W razie rażącego lub uporczywego naruszenia porządku przez KLIENTA podczas imprezy, ORGANIZATOR może rozwiązać umowę z KLIENTEM w trybie natychmiastowym.” (Ryszard Wójcik Prywatne Biuro Podróży Sindbad w Opolu);
- „BP Kormoran zastrzega sobie prawo rozwiązania umowy ze skutkiem natychmiastowym bez ponoszenia konsekwencji finansowych z Uczestnikiem uporczywie naruszającym ustalony porządek imprezy, zagrażającym jej realizacji lub uniemożliwiającym innym uczestnikom normalne korzystanie ze świadczeń. Wszelkie koszty dalszego pobytu i powrotu do kraju w takim przypadku ponosi Uczestnik.” (Jarosław Izydorzycyk, Krzysztof Galus Biuro Podróży Kormoran s.c. w Oleśnie).

14. Klauzule uprawniające organizatorów turystyki do wykorzystywania danych osobowych konsumentów dla celów innych niż związane z wykonaniem umowy

Przekazanie przez konsumentów ich danych osobowych i wyrażenie zgody na ich wykorzystywanie jest niezbędne do wykonania umowy. Organizator musi bowiem być uprawniony do przekazania danych konsumenta np. aby złożyć wniosek o wydanie wizy lub zarezerwować bilet lotniczy. Działalność przedsiębiorcy w zakresie organizacji i realizacji imprezy należy jednak odróżnić od prowadzonej przez niego działalności marketingowej. Stąd też przedsiębiorcy nie powinni wymagać, aby konsumenci wyrażali zgodę na przetwarzanie ich danych osobowych w celach marketingowych wraz ze zgodą na wykorzystanie ich danych w związku realizacją określonej umowy. Z tego wynika, że postanowienia wzorców umów, na mocy których konsumenci udzielają zgody na przetwarzanie ich danych osobowych w celu realizacji umowy oraz w celach marketingowych, nie są skonstruowane prawidłowo. Obowiązek wyrażenia zgody na pierwszy element pociąga za sobą ze względów technicznych konieczność wyrażenia zgody także na element drugi, który nie jest konieczny z punktu widzenia konsumenta, który chce wyłącznie wziąć udział w konkretnej imprezie.

Nieprawidłowość konstruowania postanowień umów w wyżej opisany sposób potwierdza orzeczenie Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 16 września 2008 roku (sygn. akt VII AmC 60/08), na mocy którego do rejestru zostało wpisane następujące postanowienie figurujące pod numerem 1518: „Podpisując umowę - zgłoszenie uczestnictwa wyrażają jednocześnie Państwo zgodę na przetwarzanie, uaktualnianie i udostępnianie swoich danych osobowych, niezbędnych dla realizacji imprezy oraz dla celów promocyjnych Biura (zgodnie z art. 23 pkt. 1 ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r.)”.

Przykład postanowienia zakwestionowanego przez UOKiK:

- „ (...) Wyrażam zgodę na przetwarzanie i wykorzystywanie moich/naszych danych osobowych zawartych w Umowie zgłoszeniu zgodnie z Ustawą o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 1997r Nr. 133,poz. 833) do celów związanych z rezerwacją imprez oraz informowania o ofercie Octopus Adventure.” (OCTOPUS ADVENTURE Monika Rogulska w Piasecznie).

15. Postanowienia uprawniające organizatorów do wykorzystywania wizerunku konsumentów bez ich wyrażonej zgody

W toku przeprowadzonej kontroli ustalono, że dwaj niżej wymienieni organizatorzy turystyki stosują w wykorzystywanych przez nich wzorcach umów postanowienia, które nie



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

tylko mogą być niezgodne z przepisami Kodeksu cywilnego, czy ustawy o usługach turystycznych, ale także z przepisami innych ustaw.

Na uwagę zasługują unormowania, na mocy których przedsiębiorcy zostają upoważnieni do wykorzystywania wizerunku uczestników imprez w materiałach reklamowych wykorzystywanych przez nich w dalszej działalności gospodarczej.

Postanowienia takie budzą zastrzeżenia w kontekście przepisu art. 81 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t. j. Dz. U. z 2006 roku Nr 90, poz. 631 z późn. zm.), który w ust. 1 stanowi, że „Rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie”. Wyjątki od powyższej reguły określono w art. 81 ust. 2 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, z którego wynika, że rozpowszechnianie wizerunku nie wymaga zezwolenia zainteresowanej osoby, jeśli jest ona osobą powszechnie znaną, a dane zdjęcie wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych lub też gdy osoba stanowi jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, impreza publiczna. Z powyższego wynika zatem, że zasadą jest, iż podmiot, który zamierza rozpowszechnić czyjś wizerunek, musi uzyskać na to zgodę osoby zainteresowanej. Cytowany przepis przewiduje domniemanie zgody na rozpowszechnianie wizerunku wyłącznie w jednym przypadku, a mianowicie wtedy, gdy osoba zainteresowana otrzymała zapłatę za pozowanie. Z tego też wynika, że w pozostałych przypadkach konieczne jest uzyskanie wyraźnej zgody osoby, której wizerunek miałby być rozpowszechniany, dzięki czemu będzie ona świadoma zarówno faktu rozpowszechniania jej wizerunku, jak i zakresu tego działania. Z powyższego wynika także, że zasadą jest, iż od decyzji osoby, której wizerunek miałby być wykorzystywany, zależy, czy zgodzi się ona udzielić zgody odpłatnie, czy nieodpłatnie.

Negatywnie należy ocenić przyjęcie przez przedsiębiorców konstrukcji, zgodnie z którą są oni uprawnieni do bezpłatnego wykorzystywania wizerunku uczestników organizowanych przez nich imprez w celach związanych z prowadzoną działalnością, pośrednio więc w celach zarobkowych. Przeprowadzona kontrola wykazała, że w jednym, niżej przywołanym przypadku, przedsiębiorca z góry wyłączył możliwość otrzymania przez konsumentów zapłaty za wykorzystanie ich wizerunku, a w drugim przypadku organizator turystyki pominął tę kwestię. Nawet więc w przypadku, gdyby konsument nie sprzeciwił się wykorzystaniu jego wizerunku, to nie należałoby mu się za to zapłata. To powoduje przysporzenie korzyści po stronie przedsiębiorcy kosztem konsumenta będącego uczestnikiem imprezy. Podkreślić należy, że przedsiębiorcy stosując kwestionowaną konstrukcję mogą osiągać w ramach prowadzonej przez nich działalności gospodarczej wymierne korzyści finansowe za sprawą możliwości nieodpłatnego wykorzystania wizerunku innych osób. W innym przypadku przedsiębiorcy ci musieliby albo uiścić opłatę na rzecz konkretnych uczestników organizowanych przez nich wycieczek albo musieliby kupić zdjęcia od podmiotów oferujących fotografie do wykorzystania w ramach prowadzenia działalności gospodarczej.

Zastrzeżenia budzi także fakt, że w niektórych przypadkach zgoda na wykorzystanie wizerunku warunkuje możliwość wzięcia udziału w danej imprezie turystycznej. Przedsiębiorcy nie wyodrębniają postanowień dotyczących zgody na wykorzystanie wizerunku od pozostałej części umowy, nie we wszystkich przypadkach wskazują także na możliwość nie wyrażenia zgody.

Postanowienia, które uprawniają przedsiębiorców do wykorzystania wizerunku konsumentów w nieodpłatny sposób, zamieszczone w treści umowy wśród innych postanowień, których akceptacja warunkuje przyjęcie przez organizatora zobowiązania do wykonania na rzecz konsumenta określonych usług, mogą zostać uznane za niezgodne z art. 385¹ § 1 k.c. Wskazany przepis kodeksowy stanowi, że postanowienia umowy zawieranej z konsumentem niezgodnione z nim indywidualnie, które kształtują prawa i obowiązki



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy, stanowią niedozwolone postanowienia umowne.

Przykłady postanowień zakwestionowanych przez UOKiK:

- „Pol-Travel zastrzega sobie możliwość nieodpłatnego wykorzystania wizerunku, nagrania Klienta-Uczestnika - do celów marketingowych (katalogi, foldery, strony www i inne publikacje) pod warunkiem, że fotografia, nagranie zostało wykonane w trakcie trwania imprezy przez Pol-Travel. Klient-Uczestnik ma prawo nie wyrazić zgody na powyższe najpóźniej momencie podpisania Umowy-Zgłoszenia, lub poprzez pisemne oświadczenie dostarczone za potwierdzeniem Pol-Travel w terminie nie późniejszym niż 5 dni roboczych od dnia rozpoczęcia imprezy.” (Anna Kalwajtys Biuro Podróży "POL-TRAVEL" w Bydgoszczy);
- „W ramach realizacji imprezy OK. TOURS sporządza dokumentację fotograficzną, z której najciekawsze zdjęcia mogą być użyte w kolejnych edycjach katalogu i na stronie internetowej.” (Barbara Oleśków, Adam Drag OK TOURS s.c. w Toruniu).

V. WNIOSKI

Tegoroczną kontrolą objęto 87 organizatorów turystyki, a w jej ramach zbadano 171 wzorców umów. Jak już wskazywano na wstępie, wśród kontrolowanych podmiotów znaleźli się przedsiębiorcy objęci działaniami Prezesa Urzędu po raz pierwszy. Takich przedsiębiorców było 52. Drugą grupę stanowili organizatorzy kontrolowani po raz kolejny. W tej grupie skontrolowano 35 przedsiębiorców.

Przeprowadzona kontrola działalności organizatorów turystyki wykazała, że ilość naruszeń jest mniejsza, niż ilość naruszeń stwierdzonych w czasie przedostatniej kontroli. Wprawdzie większość, bo 55 skontrolowanych przedsiębiorców, dopuszcza się nieprawidłowych działań, ale aż u 32 przedsiębiorców nie stwierdzono żadnych naruszeń, w tym u 16 przedsiębiorców kontrolowanych pierwszy raz. Średnia liczba naruszeń przypadająca na jednego przedsiębiorcę kontrolowanego po raz pierwszy w bieżącym roku, to 3, podczas gdy w 2008 roku liczba ta wyniosła 6,3.

Jak wskazano we wstępie niniejszego Raportu, 35 spośród kontrolowanych przedsiębiorców, objęto działaniami Urzędu po raz kolejny. U 16 podmiotów zaliczanych do tej grupy nie stwierdzono naruszeń w zakresie objętym kontrolą, które uzasadniałyby podjęcie dalszych działań. U 9 organizatorów turystyki stwierdzono od jednego do dwóch naruszeń. Tylko u jednego przedsiębiorcy objętego kontrolą po raz kolejny stwierdzono, że stosuje on aż 10 postanowień, które wymagają interwencji w drodze dalszych działań. Dodać trzeba, że zasadniczo postanowienia, które wzbudziły zastrzeżenia na obecnym etapie, to regulacje dotyczące innych zagadnień, niż kwestionowane w ramach wcześniejszych działań Prezesa Urzędu.

Przedstawione dane wskazują na zmniejszenie skali naruszeń.

Biorąc jednak pod uwagę fakt, że wciąż odnotowuje się dość znaczną ilość nieprawidłowości dotyczących tak ważnych obszarów, jak zasady zmiany umów, zakres odpowiedzialności organizatorów, zasady wzajemnych rozliczeń stron umów, podejmowanie działań względem przedsiębiorców działających w branży turystycznej wciąż jest koniecznością.

Konsumenci powinni zachować ostrożność przy analizowaniu ofert dotyczących imprez turystycznych oraz wzorców umów, z wykorzystaniem których są zawierane umowy. Powinni oni także mieć świadomość, że przedsiębiorcy tylko w pewnym zakresie mogą modyfikować regulacje prawne normujące treść umów o świadczenie usług turystycznych, tj. tylko na korzyść konsumentów. Znajomość tych reguł sprzyja prawidłowemu formułowaniu treści umowy oraz należytemu jej wykonaniu przez obie strony. Konsumentci bardziej świadomi swych praw, to kontrahenci bardziej wymagający i skłaniający organizatorów do większej dbałości o klientów.

Z powyższego wynika, że działania służące polepszeniu jakości umów zawieranych przez organizatorów turystyki mogą, a nawet powinny, przebiegać dwutorowo. Po pierwsze poprzez aktywność organów takich jak Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który stosując administracyjne narzędzia ma możliwość kształtowania praktyki przedsiębiorców, co potwierdza sporządzone porównanie wyników kontroli obecnej i tej z 2008 roku. Po drugie wpływanie na rynek usług turystycznych powinno odbywać się poprzez działania faktyczne uczestników rynku, z którymi organizatorzy mają kontakt i z którymi zawierają umowy, a więc konsumentów.



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Niniejszy raport służy w głównej mierze celom edukacyjnym i w tym miejscu należy wyrazić nadzieję, że dotrze on do szerszego grona organizatorów turystyki, służąc im jako materiał pomocny przy formułowaniu, czy weryfikacji stosowanych wzorców umów. Należy także wyrazić nadzieję, że Raport ten dotrze również do nieprofesjonalnych uczestników rynku, a mianowicie do konsumentów, służąc im jako pomoc przy interpretacji zawieranych przez nich umów. Zaznaczyć jednak trzeba, że niniejszy dokument może mieć ograniczone w czasie zastosowanie. Każdorazowa jego lektura musi bowiem uwzględniać fakt, że dokument ten został sporządzony z uwzględnieniem obowiązującego w danym momencie stanu prawnego oraz w oparciu o aktualną linię orzeczniczą sądów, przy czym stan prawny może ulec zmianie.

Warto zapamiętać, że konsument, który znalazł we wzorcu umowy, jaką zamierza zawrzeć, postanowienie noszące znamiona klauzuli abuzywnej i omówione w niniejszym Raporcie, powinien zwrócić przedsiębiorcy uwagę na ten fakt. W przypadku, gdy nie wyrazi on zgody na zmianę kwestionowanej klauzuli, najlepiej zmienić kontrahenta. W takiej sytuacji można także wystąpić na drogę sądową o uznanie postanowienia wzorca umowy, co do którego zachodzi podejrzenie, że jest niezgodne z przepisami prawa, o jego uznanie przez SOKiK za niedozwolone. Powództwo w takim zakresie może wytoczyć konsument samodzielnie. Jeśli natomiast umowa już zawarta obejmuje niedozwolone postanowienia wpisane do rejestru, to – zgodnie z definicją określoną w Kodeksie cywilnym – takie klauzule nie wiążą konsumenta z mocy prawa.

W indywidualnych sprawach konsumenci mogą korzystać z pomocy miejskiego lub powiatowego rzecznika konsumentów lub organizacji konsumenckich (np. Federacji Konsumentów). Do zadań rzeczników konsumentów należy zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony prawa i interesów konsumentów. Należy zwrócić uwagę, że na gruncie okoliczności faktycznych konkretnej sprawy rzecznik podejmuje decyzję, jakie działania w sprawie tej są uzasadnione i zostaną przez niego podjęte. Wykaz instytucji, w których można poszukiwać pomocy przy rozwiązywaniu indywidualnych spraw znajduje się na stronie internetowej UOKiK pod adresem www.uokik.gov.pl/pl/ochrona_konsumentow/sprawy_indywidualne/.

VI. PLANOWANE I PODJĘTE DZIAŁANIA

Z uwagi na fakt, że w toku przeprowadzonej kontroli wykryto szereg nieprawidłowości, które wymagają interwencji ze strony Prezesa Urzędu, planowane jest podjęcie w tym zakresie dalszych działań. Zaznaczyć trzeba, że działania te będą podejmowane w różnych trybach, w zależności od charakteru wykrytego naruszenia.

W związku z nieprawidłowościami, które wstępnie zaklasyfikowano, jako praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeciwko 7 przedsiębiorcom planowane jest wszczęcie postępowań administracyjnych, 41 postępowań tego rodzaju zostało wszczętych, z czego 3 już zakończono. Postępowania tego typu są wszczynane przez Prezesa Urzędu z własnej inicjatywy, tj. z urzędu. Dopiero w decyzjach kończących przedmiotowe postępowania zostanie zawarta wiążąca ocena prawna poszczególnych praktyk, chyba że w sprawie zostanie złożone odwołanie od decyzji, wówczas będzie ona rozstrzygana wyrokiem właściwego sądu.

Część z zakwestionowanych postanowień wstępnie zaklasyfikowano, jako niedozwolone klauzule, w związku z czym planuje się wytoczenie 22 powództw.

Powyższe dane dotyczą stanu na dzień 15 lipca 2011 roku.

Jak już wspomniano powyżej, a co wymaga szczególnego podkreślenia, przedstawiona w Raporcie ocena abuzywności klauzul nie jest ostateczna. Wyłącznie SOKiK ma kompetencję do uznania postanowienia za niedozwoloną klauzulę w trybie postępowania sądowego. Po uprawomocnieniu się wyroku SOKiK takie postanowienie wpisywane jest do przywoływanego w niniejszym Raporcie rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu. Od tego momentu jego stosowanie w obrocie z konsumentami jest zakazane.

W przypadku podejrzenia stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na posługiwaniu się w obrocie konsumenckim postanowieniami wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru (może to dotyczyć także sytuacji, w których przedsiębiorca stosuje klauzule podobne do wpisanych do rejestru nawet jeśli wyrok SOKiK, na mocy którego dokonano wpisu, nie był wydany w stosunku do tego przedsiębiorcy), ocena praktyki dokonywana jest w decyzji Prezesa Urzędu, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego. Od decyzji wydanych w tym trybie przysługuje odwołanie do SOKiK.

W związku z powyższym należy mieć na uwadze fakt, że opisane w niniejszym Raporcie ustalenia mają charakter wstępny, a odpowiednie procedury prawne nie zostały jeszcze zakończone.

VII. DZIAŁANIA URZĘDU WZGLĘDEM ORGANIZATORÓW TURYSTYKI W LATACH 2008 – 2011

Jak już wspomniano w początkowej części niniejszego Raportu, Prezes Urzędu prowadzi czynności względem przedsiębiorców działających w branży turystycznej nie tylko w ramach skoordynowanych kontroli ogólnopolskich, lecz także niezależnie od nich, na podstawie sygnałów docierających z rynku.

W latach 2008 – 2011 przeprowadzono szereg działań dotyczących tej branży. Były to między innymi postępowania wyjaśniające, których przeprowadzono ogółem 86, które niejednokrotnie skutkowały podjęciem dalszych czynności, a mianowicie wszczęciem postępowań sformalizowanych, wystosowaniem do przedsiębiorców wezwań, bądź to wytoczeniem powództwa. Część z postępowań wyjaśniających przeprowadzono w celu dokonania kontroli wykonania wcześniej wydanych decyzji administracyjnych, w których nakazywano zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W okresie od lipca 2008 roku do końca maja 2011 roku prowadzono 76 postępowań sformalizowanych, z czego przeważająca większość została zakończona. W związku ze stwierdzeniem stosowania przez organizatorów wielu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, nałożono na nich kary pieniężne w łącznej wysokości 8 808 146,69 zł, przy czym zastrzec trzeba, że nie wszystkie spośród ww. spraw zostały prawomocnie zakończone.

Dodać trzeba, że interwencja w postaci wszczęcia postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wielokrotnie, bo aż w 31 przypadkach, skutkowałą zaniechaniem stosowania niedozwolonych praktyk jeszcze na etapie poprzedzającym wydanie decyzji.

Prezes Urzędu prowadził względem organizatorów także działania mające na celu wyegzekwowanie wykonania przez nich obowiązków w ramach prowadzonych przeciwko nim postępowań, tj. obowiązków polegających na udzieleniu żądanych informacji. W przypadku, gdy przedsiębiorca uchyla się od udzielenia wymaganych informacji we wskazanym mu terminie, istnieje bowiem możliwość nałożenia na niego sankcji finansowej z tytułu niedopełnienia ciążącego na nim obowiązku. Postępowań, których przedmiotem było nałożenie sankcji z ww. powodów przeprowadzono 6, z czego część z nich również zakończyła się nałożeniem kar pieniężnych.

Wskutek poczynionych przez Prezesa Urzędu wstępnych ustaleń, wytoczono 1 powództwo o uznanie postanowień stosowanych przez organizatora turystyki za niedozwolone, a także wystosowano 32 wezwania do dobrowolnej zmiany stosowanych przez przedsiębiorców klauzul, które budziły zastrzeżenia.