

Sygn. akt XVII AmA 69/13

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 23 grudnia 2014 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

w składzie:

Przewodniczący: SSO Witold Rękosiewicz

Protokolant: sekretarz sądowy Iwona Hutnik

po rozpoznaniu w dniu 18 grudnia 2014 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania (...) sp. z o.o. z/s w W.

przeciwko Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania powoda od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 28 grudnia 2012 r. nr (...)

1) uchyla zaskarżoną decyzję,

2) zasądza od Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na rzecz (...) sp. z o.o. z/s w W. kwotę 1 360 zł (jeden tysiąc trzysta sześćdziesiąt) tytułem kosztów postępowania.

SSO Witold Rękosiewicz

Sygn. akt XVII AmA 69/13

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Prezes UOKiK, pozwany) wydał w dniu 28 grudnia 2012 r. decyzję nr (...), w której:

I. na podstawie art. 27 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm., dalej uokik) uznał za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, praktykę (...) sp. z o.o. z siedzibą w W. ((...), powód, przedsiębiorca) polegającą na bezprawnym działaniu poprzez naruszenie art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206), tj. wprowadzającym w błąd działaniu polegającym na rozpowszechnianiu prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd w Katalogach Turcja Lato 2011 o zasadach działania klimatyzacji w pokojach hotelowych oraz stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 20 listopada 2011 r.;

II. na podstawie art. 105 § 1 k.p.a. w zw. z art. 83 uokik oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 uokik umorzył jako bezprzedmiotowe postępowanie administracyjne w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko (...), polegających na bezprawnym działaniu poprzez naruszenie art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym

praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206), tj. wprowadzającym w błąd działaniu polegającym na rozpowszechnianiu prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd w Katalogach Turcja Lato 2011 o zasadach działania klimatyzacji w pokojach hotelowych, co mogło stanowić praktykę określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik;

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik oraz stosownie do art. 33 ust. 4, 5, 6 uokik nałożyl na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 22 402 zł z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji.

(...) sp. z o.o. z siedzibą w W. w złożonym odwołaniu zaskarżyła decyzję Prezesa UOKiK w całości.

Przedmiotowej decyzji powód zarzucił:

I. naruszenie przepisów prawa procesowego, tj.:

1. art. 35 ust. 1 i 3 oraz art. 36 ust. 1 k.p.a. w związku z art. 104 uokik poprzez jego błędne zastosowanie i nadużycie uprawnienia przysługującego organowi administracyjnemu;
2. art. 6, 8, 9 i 12 k.p.a. poprzez ich niezastosowanie i nadużycie uprawnienia przysługującego organowi administracyjnemu;

II. naruszenie przepisów prawa materialnego, tj.:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik i art. 5 ust. 1 i 2 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym poprzez ich błędną wykładnię i niewłaściwe zastosowanie polegające na uznaniu, że powód dopuścił się nieuczciwych praktyk rynkowych, podczas gdy brak było ustawowych przesłanek do takiego stwierdzenia.

W związku z przedstawionymi zarzutami powód wniósł o uchylenie zaskarżonej decyzji w całości oraz zasądzenie kosztów postępowania według norm przepisanych. Uzasadniając zarzuty odwołania powód stwierdził, że mimo iż znaczna część materiału dowodowego zebrano w postępowaniu wyjaśniającym a powód współpracował z Prezesem UOKiK, postępowanie administracyjne prowadzone było opieszale, z uchybieniem terminu ustawowego. W rezultacie Prezes UOKiK dopuścił się naruszenia podstawowych zasad prowadzenia postępowania administracyjnego.

Powołując się na okoliczności faktyczne będące przedmiotem oceny w zaskarżonej decyzji powód stwierdził, że Prezes UOKiK w wyniku błędnej wykładni przepisów prawa materialnego uznał działanie (...) za wprowadzające w błąd, mimo iż brak było przesłanek do takiego stwierdzenia. Podkreślił konieczność uwzględnienia w sprawie modelu przeciętnego konsumenta, który powinien stanowić punkt odniesienia przy ocenie zachowania powoda. Zauważył, że ustalanie nieuczciwości praktyki rynkowej przedsiębiorcy należy prowadzić pod kątem sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowania konsumentów.

Zdaniem (...) znajdująca się w katalogu usług turystycznych informacja dotycząca klimatyzacji (zaistniała na skutek błędu grafika) nie była aż tak doniosła, żeby mogła prowadzić do wypaczenia procesu decyzyjnego konsumenta i spowodować podjęcie przez niego decyzji o zawarciu umowy, której inaczej by nie podjął. Powód zaznaczył, iż w katalogu przy opisie hoteli wskazano rodzaj klimatyzacji i podano inne istotne informacje, mające wpływ na wybór miejsca wypoczynku. Nie zgodził się ze stanowiskiem Prezesa UOKiK, że stosowanie spornego zapisu mogło w istotny sposób wpłynąć na zniekształcenie zachowania przeciętnego konsumenta przed i w trakcie zawierania umowy. Za wątpliwe uznał stanowisko Prezesa UOKiK, że zachowanie (...) wykluczało podjęcie przez konsumenta świadomej, zgodnej z jego oczekiwaniami i preferencjami decyzji odnośnie zawarcia umowy z przedsiębiorcą. Wskazał, że przed podjęciem decyzji o udziale w imprezie turystycznej przeciętny konsument analizuje treść oferty i w przypadku wątpliwości lub niezrozumienia informacji podejmuje działania w celu ich wyjaśnienia. Z tego względu nie można stwierdzić, że zamieszczony w katalogu zapis zniekształcał zachowanie konsumenta przed zawarciem lub w trakcie zawierania umowy. Nie można więc uznać, iż działanie powoda wprowadzało w błąd, gdyż nie spełnia przesłanki

sprzeczności z dobrymi obyczajami ani choćby potencjalnie spowodowało podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej nie podjąłby.

Prezes UOKiK w odpowiedzi na odwołanie wniósł o jego oddalenie i zasądzenie od (...) kosztów postępowania według norm przepisanych. Podtrzymał w całości stanowisko wyrażone w zaskarżonej decyzji i stwierdził, że zarzuty odwołania nie zasługują na uwzględnienie. Odnośnie zarzutu przewlekłości postępowania wskazał, że właściwe postępowanie w sprawie zostało wszczęte dnia 14 maja 2012 r. O przedłużeniu postępowania i przyczynach takiej sytuacji powód był powiadamiany. Dodał, że w postępowaniu administracyjnym (...) była wzywana do złożenia informacji i wyjaśnień, co miało wpływ na czas trwania postępowania. Zauważył, że określone w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów terminy trwania postępowania mają charakter instrukcyjny. Zarzut działania na niekorzyść powoda i przedłużania postępowania administracyjnego Prezes UOKiK uznał za bezzasadny.

W ocenie pozwanego w postępowaniu nie doszło do naruszenia podstawowych zasad, o których mowa w art.6,8, 9 i 12 kpa. Zarzuty powoda w zakresie naruszenia prawa procesowego pozwany również uznał za nieuzasadnione.

Odnośnie zarzutów naruszenia prawa materialnego Prezes UOKiK powołał się na informacje zawarte w katalogu powoda Turcja lato 2011 r., dotyczące warunków pobytu w hotelach. Wskazał, że w części katalogu zatytułowanej „Ważne informacje” przy opisie klimatyzacji zawarto informację, iż prawie wszystkie hotele w Turcji posiadają klimatyzację centralnie sterowaną w godzinach wyznaczonych przez hotel lub sterowaną indywidualnie.

Oświadczył, że w prowadzonym postępowaniu przyjął model przeciętnego konsumenta jako dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego, ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta, od którego można wymagać pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości. Ale nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz, że konsument ma pewnych rzeczy nie wiedzieć. Podkreślił, że ocena, czy doszło do wprowadzenia w błąd zawsze wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument.

Zdaniem Prezesa UOKiK zamieszczony w katalogu przekaz o treści „klimatyzacja centralnie sterowana”, nie zawierając informacji o ograniczeniach czasowych wskazywał na klimatyzację, której wysokość temperatury ustawiana jest przez hotel, jednak działa ona bez przerw. Konsument, który w katalogu spotyka dwa rodzaje określeń dotyczących klimatyzacji może uznać, że pojęcie klimatyzacji centralnie sterowanej (przez hotel) dotyczy oferty obejmującej pracę tego urządzenia bez żadnych przerw czasowych, ponieważ w przypadku przerw czasowych podana jest konkretna informacja. W ocenie Prezesa UOKiK zawarte w katalogu powoda informacje dotyczące rodzajów klimatyzacji mogły dezinformować konsumentów co do zasad jej działania. Taki sposób przedstawienia informacji o klimatyzacji pozwany uznał za chęć wzbudzenia większego zainteresowania ofertą tych konsumentów, którzy nie tolerują upałów w mieszkaniu. Dla tej grupy konsumentów oferta z informacją o centralnie sterowanej klimatyzacji bez podania jej ograniczeń czasowych była atrakcyjniejsza od oferty zawierającej informację o czasowym działaniu klimatyzacji.

Pozwany nie zgodził się ze stanowiskiem powoda, iż informacja dotycząca klimatyzacji nie była na tyle istotna, że mogła wpłynąć na decyzję konsumenta co do wyboru konkretnego hotelu. Podkreślił, że informacje dotyczące działania klimatyzacji podlegają szczególnej uwadze konsumentów. W ocenie pozwanego wykazane w sprawie wprowadzenie w błąd na etapie podejmowania decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą jest na tyle doniosłe, że może wpływać na zniekształcenie decyzji konsumentów. Praktyka rynkowa przedsiębiorcy dotyczyła istotnych warunków oferty, a docelowo istotnych warunków umowy. Miała istotny wpływ na podjęcie właściwej decyzji przez konsumentów. Pomiędzy wprowadzeniem w błąd stosowaną praktyką a podjęciem decyzji przez konsumenta o zawarciu umowy z (...), zdaniem Prezesa UOKiK istnieje związek przyczynowy.

Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny :

Na skutek skargi złożonej przez konsumenta Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 5 stycznia 2012 r. wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie ustalenia, czy (...) sp. z o.o. w W. stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe w związku z informacjami zawartymi w wydanych na sezon lato 2011 katalogach dotyczących pobytu w hotelach położonych w

Turcji. W katalogu spółki Turcja lato 2011 przedstawione zostały szczegółowe informacje dotyczące hoteli, w których (...) oferowało konsumentom pobyt w danym sezonie. Zawarte w katalogu informacje dotyczące rodzajów i zasad funkcjonowania klimatyzacji w poszczególnych hotelach miały następującą formę:

- centralnie sterowana klimatyzacja (str. 111, 115, 116, 146 katalogu),
- centralnie sterowana klimatyzacja (czynna w godzinach wyznaczonych przez hotel (str. 114, 26, 27, 29 i inne strony katalogu, zawierające informacje dotyczące hoteli),
- indywidualnie sterowana klimatyzacja (str. 28, 30, 113, 117, 119 i inne strony katalogu).

Ponadto w części „Ważne informacje” (str. 149 katalogu) w punkcie dotyczącym działania klimatyzacji hotelowej napisano, że w większości tureckich hoteli klimatyzacja jest centralnie sterowana w godzinach wyznaczonych przez obsługę hotelu. Klimatyzacja działa w określonych godzinach w ciągu dnia i wieczorem. Hotel reguluje także zakres temperatur pracy klimatyzacji (22 – 24 ° C). Ograniczenie zakresu temperatury obejmuje również klimatyzację sterowaną indywidualnie.

W piśmie z dnia 18 stycznia 2012 r. (...) wyjaśniła, w 2011 r. wpłynęło do spółki 205 reklamacji dotyczących pobytu w hotelach w Turcji. Z tego 3 reklamacje dotyczyły klimatyzacji hotelowej. Powód nie wyjaśnił, z jakiej przyczyny wynikały zarzuty konsumentów, dotyczące reklamacji klimatyzacji. Odnośnie rodzajów klimatyzacji spółka oświadczyła, że prawie wszystkie hotele w Turcji posiadają klimatyzację centralnie sterowaną, działającą w godzinach wyznaczonych przez hotel lub klimatyzację sterowaną indywidualnie. Zdaniem (...) zawarta w katalogu informacja na temat centralnie sterowanej klimatyzacji była jasna i klarowna (k.12 akt adm.).

W kolejnym piśmie z dnia 28 lutego 2012 r. przedsiębiorca wyjaśnił, że zaistniały w katalogu brak rozwinięcia sformułowania dotyczącego „klimatyzacji centralnie sterowanej” był wynikiem przeoczenia przez grafika, przed oddaniem materiałów do druku. Stwierdził, że zawarte w katalogu informacje dotyczące klimatyzacji są zrozumiałe dla przeciętnego konsumenta, czego potwierdzeniem jest fakt, iż tylko jedna reklamacja wynikała z interpretacji informacji dotyczących klimatyzacji, zawartych w katalogu na 2011 r.

W dniu 14 maja 2012 r. Prezes UOKiK wydał postanowienie o wszczęciu postępowania administracyjnego w związku z zarzutem stosowania przez (...) nieuczciwych praktyk rynkowych polegających na wprowadzającym w błąd działaniu w postaci rozpowszechniania prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzić w błąd. Uzasadniając wszczęcie postępowania Prezes UOKiK stwierdził, że informacja dotycząca centralnie sterowanej klimatyzacji nie zawierająca ograniczeń czasowych wskazuje na klimatyzację, której wartości ustawiane są przez hotel, ale działa ona bez przerw.

(...) w piśmie z dnia 29 maja 2012 r. powołała się na treść informacji zawartych w części katalogu „Ważne informacje”. Spółka oświadczyła, że nie informuje klientów o trzech rodzajach klimatyzacji i zaznaczyła, iż na tysiące konsumentów wpłynęła tylko jedna reklamacja dotycząca kwestii informacji na temat klimatyzacji (k.43 akt adm.).

W piśmie z dnia 12 września 2012 r. spółka oświadczyła, iż w katalogu na 2012 r., który obowiązuje od 20 listopada 2011 r. doprecyzowała zapisy dotyczące klimatyzacji.

Katalog obowiązujący na sezon 2012 r., prezentujący ofertę pobytu w Turcji, spółka złożyła przy piśmie z dnia 29 maja 2012 r.

Sąd Okręgowy zważył co następuje:

Okoliczność zamieszczenia w katalogu dotyczącym pobytu w Turcji na rok 2011, w dwojakim brzmieniu informacji na temat centralnie sterowanej klimatyzacji, działającej w hotelach nie była w odwołaniu kwestionowana. Powód nie zaprzeczał, że w przypadku informacji dotyczącej kilku hoteli zapis „centralnie sterowana klimatyzacja” nie został rozwinięty przez podanie informacji o działaniu klimatyzacji w godzinach wyznaczonych przez hotel. Stwierdził jednak, że przy uwzględnieniu wiadomości dodatkowych, zawartych w części „Ważne informacje” obie wersje

informacji dotyczącej klimatyzacji nie powinny wprowadzać konsumentów w błąd co do tego, że w tureckich hotelach występują dwa rodzaje pracy klimatyzacji sterowanej centralnie przez obsługę hotelową. W jednej wersji regulacją objęta jest temperatura i czas pracy, co oznacza, iż klimatyzacja jest włączana na kilka godzin w ciągu dnia i wieczorem od 22 do 2 w nocy. A w drugiej wersji regulacja dotyczy tylko zakresu temperatury, w jakim pracuje klimatyzacja.

W zaskarżonej decyzji Prezes UOKiK uznał, że przedstawione w dwóch formach informacje na temat centralnie sterowanej klimatyzacji mogły wprowadzać konsumentów w błąd co do zasad działania tego rodzaju klimatyzacji. Na podstawie takiej oceny Prezes UOKiK uznał, że (...) stosowało niedozwoloną praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art.24 ust.1 i ust.2 pkt 3 uokik. Zdaniem Prezesa UOKiK zapis o klimatyzacji sterowanej centralnie bez rozwinięcia, że okres jej pracy jest regulowany przez hotel, wskazywał na klimatyzację, w której konsument nie ma wpływu na wysokość temperatury ustawianą przez hotel, jednak działa ona bez przerw. Zamieszczone w części katalogu o nazwie „Ważne informacje” dodatkowe wiadomości w ocenie pozwanego nie miały wpływu na taki odbiór przez konsumenta informacji o rodzajach klimatyzacji, występujących w tureckich hotelach.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik przez stosowanie zakazanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, należy w szczególności rozumieć nieuczciwe praktyki rynkowe. W myśl art. 4 ust.1 i ust.2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym za nieuczciwą uważa się praktykę rynkową, która jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W szczególności za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się praktykę wprowadzającą w błąd jeżeli działanie to spełnia określone w art.4 ust.1 tej ustawy przesłanki sprzeczności z dobrymi obyczajami i wywiera istotny wpływ na zachowanie przeciętnego konsumenta w przedmiocie umowy. Art. 5 ust.1 i ust.2 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi, że działaniem wprowadzającym w błąd może być rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzić w błąd. Zgodnie z definicją podaną w art. 2 pkt 8 w/w ustawy za przeciętnego konsumenta rozumieć należy konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przy uwzględnieniu szeregu czynników społecznych o charakterze kulturowym, językowym i przynależności do szczególnej grupy konsumentów, jeżeli jest to uzasadnione w przypadku danego konsumenta.

W uzasadnieniu zaskarżonej decyzji Prezes UOKiK wskazał, że informacja dotycząca zasad działania klimatyzacji w pokojach hotelowych podlegała szczególnej uwadze konsumentów podejmujących decyzję o wyborze oferty (...) i miała istotny wpływ na decyzję o wyborze hotelu. Stwierdził, iż na podstawie przekazu o treści „klimatyzacja centralnie sterowana”, który nie zawierał ograniczeń czasowych przeciętny konsument był przeświadczony, że klimatyzacja działa bez przerw. Według pozwanego na to przekonanie nie miały żadnego wpływu nawet wiadomości dotyczące hotelowej klimatyzacji, zawarte w części katalogu „Ważne informacje”.

Zdaniem Sądu zebrany w sprawie materiał dowodowy nie daje jednoznacznych podstaw do uznania, iż wyrażone w zaskarżonej decyzji stanowisko Prezesa UOKiK jest zasadne.

Mając na uwadze, że zawarte w katalogu informacje dotyczące klimatyzacji w łatwo dostrzegalny sposób różniły się od siebie to, oraz uwzględniając, iż zgodnie z przyjętą w decyzji definicją przeciętny konsument to osoba uważna i ostrożna, która przed podjęciem decyzji dokładnie zapoznaje się z informacjami dotyczącymi poszczególnych hoteli, w tym szczególną uwagę poświęca informacjom dotyczącym zasad działania hotelowej klimatyzacji, uznać należało, iż w przypadku dostrzeżenia różnic w opisie klimatyzacji taki uważny i ostrożny konsument podjąć powinien działania w celu jednoznacznego wyjaśnienia przyczyn takiej sytuacji. Przeciętny konsument, który nie ma profesjonalnej wiedzy w tej dziedzinie, w sytuacji, gdy dostrzeże różnice w opisie rodzajów klimatyzacji, a informacja dotycząca klimatyzacji jest dla niego szczególnie istotna, powinien przed podjęciem decyzji o zawarciu umowy zwrócić się do powoda, jako autora oferty turystycznej o udzielenie informacji, jak należy rozumieć dwie różne informacje dotyczące zasad działania hotelowej klimatyzacji w Turcji. Po zorientowaniu się na podstawie treści katalogu, iż centralne sterowanie klimatyzacją polegać może nie tylko na regulacji zakresu temperatur, w jakich działa klimatyzacja, ale również regulacji czasu jej pracy, uważny i ostrożny konsument, który ma prawo do rzetelnej informacji, powinien zadać pytanie, co wynika z opisu rodzaju klimatyzacji nie zawierającego żadnego rozwinięcia. Jeżeli tego nie uczynił

to można uznać, że w jego ocenie informacja na temat klimatyzacji nie była szczególnie istotną i mającą wpływ na wybór oferty konkretnego biura turystycznego.

Ze znajdujących się w aktach administracyjnych pism konsumenta nie wynika, aby podjął jakiekolwiek działania w celu wyjaśnienia dlaczego w przypadku większości hoteli informacja o centralnie sterowanej klimatyzacji jest rozwinięta, a w kilku pozostałych przypadkach nie zawiera szerszego opisu. Zdaniem Sądu okoliczności sprawy nie uzasadniają stanowiska, że różnice w opisie klimatyzacji były dla konsumentów szczególnie istotne lub niezrozumiałe.

Mając na uwadze, że zawartego w katalogu powoda opisu nie wynikało wprost, by były podstawy do przyjęcia, że w hotelach istnieją dwa rodzaje centralnie sterowanej klimatyzacji, uznać należało, iż przyjęte przez konsumenta założenie było w istniejących okolicznościach całkowicie bezpodstawne i stanowiło odosobniony przypadek, który nie potwierdza oceny, że sposób przedstawienia informacji mógł wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd.

W ocenie Sądu takiego zachowania nie można uznać za właściwe dla uważnego i ostrożnego konsumenta, który nie tylko jest świadomy swych praw ale nie przyjmuje pochopnie bezpodstawnego założenia bez uzyskania wyjaśnienia dotyczącego informacji, która jest niejasna i może być różnie zrozumiana.

Konsument, który na etapie zawierania umowy ma możliwość wyjaśnienia niejasno przedstawionych informacji, dotyczących warunków realizacji imprezy turystycznej, mimo to w sposób bezpodstawny dokonuje własnej interpretacji zauważonych niejasności nie spełnia przesłanek określonych w ustawowej definicji przeciętnego konsumenta. Zachowanie polegające na nazbyt optymistycznym, jednostronnym założeniu, iż warunki realizacji imprezy turystycznej będą wyglądały tak, jakby tego oczekiwał, chociaż informacje w katalogu nie były precyzyjne, należy ocenić jako nierozważne i nie dające podstaw do uznania za uważne i ostrożne zachowanie przeciętnego konsumenta.

Przy ocenie zaskarżonej decyzji należało mieć również na uwadze, iż zebranego w postępowaniu administracyjnym materiału wynika, że na ogólną liczbę 205 reklamacji jakie wpłynęły do (...) w związku z pobytem w Turcji tylko w jednym przypadku podstawą reklamacji były rozbieżności dotyczące opisu sposobu działania klimatyzacji hotelowej.

W aktach sprawy brak jednak informacji na temat ogólnej liczby umów, dotyczących pobytu w Turcji, zawartych przez powoda w 2011r. na podstawie ofert przedstawionych w złożonym do akt administracyjnych katalogu Turcja lato 2011.

Przed wydaniem zaskarżonej decyzji Prezes UOKiK nie wyjaśnił także:

- czy z tytułu nie zamieszczenia wyczerpującej informacji na temat rodzajów klimatyzacji powód uzyskał dodatkowe dochody, co mogłoby uzasadniać zarzut celowego wprowadzania konsumentów w błąd,
- czy cena za pobyt w hotelu, w którego prezentacji katalogowej nie zawarto szczególnego rozwinięcia o godzinach pracy klimatyzacji była z tego tytułu wyższa,
- czy cena za pobyt w hotelu, którego opis klimatyzacji nie był rozwinięty była zbliżona do ceny za pobyt w hotelu z indywidualnie sterowaną klimatyzacją, co mogłoby sugerować, że warunki pobytu w takim hotelu są bardziej komfortowe,
- czy w katalogach innych operatorów turystyki również występują nieprecyzyjne informacje dotyczące klimatyzacji, co mogłoby wskazywać, czy zachowanie powoda było typowe a informacja na temat klimatyzacji ma lub nie ma znaczenia dla konsumentów,
- czy przed podjęciem decyzji o zawarciu umowy inni konsumenci mieli również wątpliwości dotyczące rodzaju pracy centralnie sterowanej klimatyzacji i czy w związku z tym zwracali się do powoda o wyjaśnienie, co należy rozumieć pod pojęciem klimatyzacji centralnie sterowanej nie rozwiniętym przez podanie informacji dotyczących godzin jej pracy,
- jakie konkretnie okoliczności były podstawą złożenia pozostałych dwóch reklamacji dotyczących klimatyzacji.

W ocenie Sądu brak ustaleń dotyczących tych okoliczności, a szczególnie brak informacji o ogólnej liczbie zawartych przez powoda umów dotyczących wyjazdów do Turcji w sezonie 2011 nie pozwala na ustalenie, czy zamieszczenie w katalogu informacji o rodzajach pracy klimatyzacji centralnie sterowanej nierozwiniętej o wiadomości dotyczące ograniczeń czasowych było istotną informacją, która mogła wprowadzić w błąd przeciętnego konsumenta i wyrobić w nim błędne wyobrażenie, iż jest czas pracy tego wariantu klimatyzacji jest nielimitowany. Ponadto, gdyby tak było, to przeciętnego konsumenta powinno zainteresować, czy i dlaczego z uwagi na lepsze warunki pobytowe cena za pokój nie jest wyższa. A jeżeli konsument, mimo nie istnienia różnicy w cenie pobytu z tytułu „lepszej” klimatyzacji nie starał się wyjaśnić, czy klimatyzacja w danym hotelu pracuje bez ograniczeń czasowych, należało uznać, iż dotycząca tej kwestii informacja nie była istotna i że nie miała wpływu na podejmowanie przez konsumentów decyzji zawarcia z powodem dotyczącej pobytu w Turcji w 2011r.

Zdaniem Sądu zebrane w toku postępowania informacje, przy uwzględnieniu modelu przeciętnego konsumenta, nie dają podstaw do uznania, że działanie powoda, polegające na zamieszczeniu w katalogu informacji dotyczącej rodzajów klimatyzacji bez rozwinięcia na temat limitowanego czasu jej pracy mogło wprowadzić konsumentów w błąd i wywoływać obiektywnie sprawdzalne a nie wyłącznie subiektywnie odczuwalne wyobrażenie konsumenta o istniejącej rzeczywistości.

Należy zaznaczyć, że w przedmiotowej sprawie nie chodzi o wyobrażenie konsumenta, dotyczące praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę, jak błędnie wskazywał pozwany, lecz o wyobrażenie konsumenta o jakości usługi na podstawie obrazu rzeczywistości przedstawionej przez przedsiębiorcę. (...) nie jest bowiem podmiotem zarządzającym hotelami w Turcji, a jedynie oferuje pobyt w tych hotelach na podstawie stosownych umów.

Mając na uwadze, że przy wyborze oferty (...) należało uwzględnić podstawową informację jaką jest cena za pobyt w hotelu, nie można zgodzić się z Prezesem UOKiK, że działanie powoda polegające na przedstawieniu informacji o zasadach działania centralnie sterowanej klimatyzacji w dwojaki sposób mogło w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, i mogło wyrobić u uważnego i ostrożnego, dostatecznie poinformowanego, przeciętnego konsumenta mylne wyobrażenie, wpływając na wybranie przez niego oferty powoda bez wyjaśnienia zaistniałych wątpliwości. Jak bowiem wskazano w uzasadnieniu zaskarżonej decyzji, przy wyborze oferty i zawarciu umowy przeciętny konsument poddaje ocenie wszystkie elementy składające się na cenę imprezy turystycznej. Przed podjęciem decyzji o zawarciu umowy rozważny konsument porównuje ceny i warunki pobytu oferowane przez kilku przedsiębiorców. Pozwala to konsumentowi na zdobycie podstawowych informacji dotyczących znajdujących się na rynku ofert i umożliwia wybór subiektywnie najodpowiedniejszej oferty. Jeśli jednak cena oferty wydaje się bardziej atrakcyjna od innych przeciętny dostatecznie poinformowany konsument nie powinien podejmować decyzji o wyborze tej oferty bez wyjaśnienia wszystkich warunków, jedynie na podstawie bezpodstawnie przyjętego założenia, że przedstawione w niej warunki są zgodne z rzeczywistością.

Skoro więc zebrany materiał dowodowy nie daje podstaw do stwierdzenia, czy działanie (...) jako wprowadzające konsumentów w błąd było sprzeczne z dobrymi obyczajami i powodowało lub mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, ponieważ przy wydaniu zaskarżonej decyzji nie zastosowano prawidłowego modelu przeciętnego konsumenta, a ponadto na podstawie zebranego w sprawie materiału dowodowego nie można ustalić, czy zachowanie (...) w istotny sposób zniekształcało lub mogło zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, należy uznać, że przedstawione w zaskarżonej decyzji stanowisko nie zostało należycie udowodnione.

Na podstawie dokonanych ustaleń nie można wykluczyć, że stwierdzony w sprawie przypadek miał charakter odosobnionego zachowania konsumenta, który jednak nie może być uznany za zachowanie właściwe dla przeciętnego konsumenta.

Sąd Okręgowy stwierdzając, iż wobec niedokonania przez Prezesa UOKiK wyczerpujących ustaleń, na podstawie zebranych w sprawie informacji brak możliwości weryfikacji decyzji pozwanego, działając zgodnie z art. 479^{31a} § 3 kpc uchylił zaskarżoną decyzję.

O kosztach postępowania orzeczono na zasadzie art 98 kpc stosownie do wyniku sporu.

SSO Witold Rękosiewicz.