



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

**MAREK NIECHCIAŁ**

Poznań, dnia 10 grudnia 2018 r.

RPZ-610-2/18/AM

**DECYZJA Nr RPZ 10/2018**

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2018 r., poz. 798 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec NMEDICAL sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu (obecnie PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;

- I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu polegające na nieujawnianiu w kierowanych do konsumentów zaproszeniach na prezentacje oferowanych towarów oraz w toku samych prezentacji handlowego ich celu, przy jednoczesnym sugerowaniu konsumentom, że przedmiotem prezentacji są bezpłatne badania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 6 ust. 1 w związku z art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070)

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania,**

- II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia poprzez przekazywanie (po przeprowadzeniu badań) informacji dotyczących możliwych schorzeń oraz zaleceń co do sugerowanej terapii wykrytych schorzeń, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę, w sytuacji wykonywania badań przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070)

**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania,**

- III. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu polegające na odmawianiu konsumentom prawa odstąpienia od umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, z powołaniem się na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity: Dz.U. z 2017 r., poz. 683, ze zm.), w sytuacji gdy ww. umowy są zawierane przez przedstawicieli handlowych spółki niebędących pracownikami służby zdrowia, co narusza art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta  
**i nakazuje się zaniechanie jej stosowania,**
- IV. na podstawie art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nadaje się decyzji w zakresie pkt I, II i III sentencji decyzji rygor natychmiastowej wykonalności,**
- V. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu:**
1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 105.710,00 zł (słownie: sto pięć tysięcy siedemset dziesięć złotych 00/100) płatną do budżetu państwa,
  2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 105.710,00 zł (słownie: sto pięć tysięcy siedemset dziesięć złotych 00/100), płatną do budżetu państwa,
  3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt III sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 158.565,00 zł (słownie: sto pięćdziesiąt osiem tysięcy pięćset sześćdziesiąt pięć złotych 00/100), płatną do budżetu państwa,
- VI. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2018 r., poz. 2096 ze zm.) postanawia się obciążyć **PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 40,60 zł (słownie: czterdzieści złotych 60/100) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

### Uzasadnienie

Na podstawie zawiadomienia przesłanego przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Węgrowie, postanowieniem z dnia 24 kwietnia 2017 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania NMEDICAL sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (dalej: NMEDICAL sp. z o.o.) i podmiotów z nią powiązanych, dotyczące sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie

konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2018 r., poz. 798 ze zm. - dalej również: u.o.k.k.).

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 22 czerwca 2018 r., postępowania w sprawie stosowania przez NMEDICAL sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu (obecnie: PROMED sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

- I. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieujawnianiu w kierowanych do konsumentów zaproszeniach na prezentacje oferowanych towarów oraz w toku samych prezentacji handlowego ich celu, przy jednoczesnym sugerowaniu konsumentom, że przedmiotem prezentacji są bezpłatne badania, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 6 ust. 1 w związku z art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070, dalej również u.p.n.p.r.),
- II. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia poprzez przekazywanie (po przeprowadzeniu badań) informacji dotyczących możliwych schorzeń oraz zaleceń co do sugerowanej terapii wykrytych schorzeń, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę, w sytuacji wykonywania badań przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- III. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na odmawianiu konsumentom prawa odstąpienia od umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, z powołaniem się na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity: Dz.U. z 2017 r., poz. 683, ze zm.), w sytuacji gdy ww. umowy są zawierane przez przedstawicieli handlowych spółki niebędących pracownikami służby zdrowia, co mogło naruszać art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta

Przedsiębiorca zawiadomiony o wszczęciu ww. postępowania, nie ustosunkował się do postawionych mu zarzutów.

#### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

PROMED sp. z o.o. sp. k. (wcześniej NMEDICAL sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Poznaniu - dalej: Spółka lub Przedsiębiorca) prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego o numerze 0000666255. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi aktualnemu z KRS, Spółka została zarejestrowana 28 lutego 2017 r. W dniu 3 października 2018 r. w KRS została dokonana zmiana nazwy Spółki na PROMED (*dowód: wydruk z KRS, k. 2521-2524 akt adm.*).

Głównym przedmiotem prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności jest sprzedaż towarów i usług prowadzona poza lokalem przedsiębiorstwa w ramach prezentacji zbiorowych organizowanych na terenie całego kraju. W ramach prowadzonej działalności

Spółka oferuje w sprzedaży bezpośredniej uczestnictwo w organizowanym przez siebie programie medycznym (*dowód: oświadczenia Przedsiębiorcy, k. 95-96; 419 akt adm.; przykładowe egzemplarze umówi wzorców umów, k. 421-489, 1723-1726 akt adm.*).

Działalność w ww. zakresie Spółka prowadzi od 1 kwietnia 2017 r. Przed tą datą, od 28 lutego 2017 r. do dnia 30 marca 2017 r., działalność w podobnym zakresie prowadziła NMEDICAL sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (obecnie: PROMED sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu) - wspólnik Przedsiębiorcy (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 95, 419 akt adm.*).

Początkowo program oferowany przez Przedsiębiorcę miał trwać 36 miesięcy od dnia podpisania umowy, a w jego ramach miał być zapewniony: dostęp do infolinii medycznej, badania kontrolne co 6 miesięcy, które miały być przeprowadzane z wykorzystaniem analizatora Quantum przy okazji kolejnych wizytach w danej miejscowości, materiały edukacyjne oraz wyrób medyczny - mata rehabilitacyjna MagneSilver (oficjalna nazwa wyrobu to: Materac Rehabilitacyjny Wetniany Typ II Magnetyczny, dalej jako mata rehabilitacyjna). Częścią programu miał być również pobyt w ośrodku rehabilitacyjno-wypoczynkowym, w czasie którego konsument otrzymuje m.in. badania kontrolne, indywidualną konsultację lekarską, zabiegi profilaktyczno-rehabilitacyjne, całodobową pomoc medyczną w przypadku zachorowań, opiekę pielęgniarską, zajęcia ruchowe i warsztaty dotyczące profilaktyki zdrowia (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 95-96, 1114 akt adm.; wzorzec umowy, k. 109 akt adm.; przykładowe egzemplarze umów, k. 421-489 akt adm.*). W tym zakresie Spółka współpracowała z Ośrodkiem wypoczynkowym Wielspin w Wągrowcu (*dowód: umowa na realizację pobytu w ośrodku z dnia [usunięto] r., k. 365-369 akt adm.*).

W toku postępowania ustalono, że obecnie (co najmniej od marca 2018 roku) program medyczny oferowany jest w dwóch wariantach, a jego zakres uległ modyfikacji. Bez zmian pozostał czas trwania programu (*dowód: skarga konsumenta, k. 1821 akt adm.; oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.; oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1684 akt adm.; wzorce umów stosowane przez Przedsiębiorcę, k. 1723-1726 akt adm.*).

W pierwszym wariantcie możliwym jest zawarcie umowy uczestnictwa w programie medycznym obejmującym: dostęp do infolinii medycznej, materiały edukacyjne (m.in. książka „Terapia Magnetyczna” Gloria Ventura), wyrób medyczny - matę rehabilitacyjną oraz pobyt w Centrum Rehabilitacji NovuMedical w Łęczeczkach, w trakcie którego konsument ma otrzymać m.in. badanie wstępne, indywidualną konsultację lekarską, zabiegi profilaktyczno-rehabilitacyjne zalecane w toku konsultacji lekarskiej, zajęcia ruchowe, warsztaty dotyczące profilaktyki zdrowia oraz opiekę medyczną w przypadku zachorowań. Z zakresu programu wyłączone zostały badania kontrolne, które miały odbywać się co 6 miesięcy (*dowód: wzorzec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę, k. 1723-1724 akt adm.*). Zgodnie z oświadczeniem pracownika Spółki, badania kontrolne polegały na ponownym badaniu analizatorem Quantum, podczas ponownych spotkań w danej miejscowości, przy czym Spółka nie kontaktowała się z konsumentami w sprawie ponownych badań (*dowód: oświadczenie pracownika Spółki [usunięto], k. 1681 akt adm.*).

Aktualnie, w zakresie organizowania pobytu wchodzącego w skład programu medycznego Spółka współpracuje z Hotelem Łęczeczki, w którym wynajmuje również pomieszczenia z zapleczem do świadczenia usług fizjoterapeutycznych i które określa mianem Centrum Rehabilitacji NovuMedical lub Centrum Rehabilitacji Leczniczej NovuMedical. Ten podmiot

został wpisany jako zakład leczniczy Spółki w Rejestrze Podmiotów wykonujących Działalność Leczniczą (*dowód: oświadczenie współwłaściciela Hotelu Łęczeczki, k. 1044-1046 akt adm.; umowa najmu zaplecza rehabilitacyjnego, k. 1056-1062 akt adm.; broszura informacyjna programu, k. 1139, 1719 akt adm.; księga rejestrowa, k. 1307-1312 akt adm.*).

W drugim wariancie Przedsiębiorca umożliwia zawarcie umowy uczestnictwa w programie medycznym obejmującym: dostęp do infolinii medycznej, badania kontrolne co 6 miesięcy, materiały edukacyjne m.in. w postaci książki „Terapia Magnetyczna” Gloria Ventura, wyrób medyczny - matę rehabilitacyjną oraz pakiet zabiegów w Centrum Rehabilitacji NovuMedical w Poznaniu obejmującym indywidualną konsultację lekarską, 50 zabiegów profilaktyczno-rehabilitacyjnych zaleconych w toku konsultacji lekarskiej, indywidualną konsultację z fizjoterapeutą oraz warsztaty i zajęcia dotyczące profilaktyki zdrowia (*dowód: wzorzec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę, k. 1725-1726 akt adm.*).

Spółka w zakresie realizacji warsztatów profilaktycznych i przygotowania materiałów edukacyjnych współpracuje z [usunięto] w ramach działalności [usunięto] (*dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.*).

Infolinia medyczna nie jest obsługiwana przez lekarza, telefon jest odbierany przez pracownika Spółki w biurze programu, które mieści się w Piotrowicach (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 420 akt adm.; oświadczenie pracownika Spółki [usunięto], k. 1681; oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1684 akt adm.*).

Spółka w zakresie swojej działalności sprzedaje również programy medyczne bez udziału w turnusie rehabilitacyjnym i bez pakietu zabiegów. W takiej sytuacji, konsument otrzymuje: dostęp do infolinii medycznej, materiały edukacyjne oraz wyrób medyczny - matę rehabilitacyjną (*dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.; przykładowe umowy zawarte z konsumentami, k. 1414, 2121, 2243, 2376, 2439, 2461, 2497 akt adm.*).

Mata rehabilitacyjna, która jest oferowana przez Przedsiębiorcę, początkowo funkcjonowała pod nazwą handlową mata rehabilitacyjna MagneSilver oraz Podkład Rehabilitacyjny Wełniany Typ II Magnetyczny. Aktualnie jest określana jako Materac Rehabilitacyjny Wełniany Typ II Magnetyczny. Jej producentem jest Torpol sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku, od którego bezpośrednio nabywa ww. maty Przedsiębiorca. Zgodnie z informacją przekazaną przez Urząd Rejestracji Wyrobów Medycznych, Produktów Leczniczych i Biobójczych ww. materac był przedmiotem wniosku z dnia 15 marca 2011 r., złożonego na podstawie art. 133 ustawy z dnia 20 maja 2010 r. o wyrobach medycznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2017 r., poz. 211) i jego dane zostały przeniesione z Rejestru wyrobów medycznych i podmiotów odpowiedzialnych za ich wprowadzenie do obrotu i używania prowadzonego na podstawie art. 52 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o wyrobach medycznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2004 r., poz. 896 ze zm.) do bazy danych pochodzących ze zgłoszeń i powiadomień, o której mowa w art. 64 ust. 1 ustawy z dnia 20 maja 2010 r. o wyrobach medycznych (*dowód: pismo z dnia 25 maja 2018 r. z Departamentu Nadzoru i Badań Klinicznych Wyrobów Medycznych Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych, k. 1535-1562 akt adm.; oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 96 akt adm.; wzorce umowne stosowane przez Przedsiębiorcę, k. 109, 1723-1726 akt adm.; broszura informacyjna programu, k. 1139, 1140, 1719 akt adm.*).

Mata rehabilitacyjna najczęściej wydawana jest konsumentom w dniu spotkania, po zawarciu umowy. Wcześniej, w trakcie spotkania mata rehabilitacyjna nie jest pokazywana konsumentom ani nie jest objaśniany sposób jej użytkowania (dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.; nagranie pokazu, k. 1677-1679 akt adm.; skargi konsumentów, k. 1820, 1845, 1862, 1902, 1973, 1989, 2127, 2210, 2441 akt adm.).

Cena uczestnictwa w programie medycznym początkowo wynosiła 5.490 zł dla jednej osoby i 8.290 zł dla dwóch osób w przypadku programu medycznego z turnusem rehabilitacyjnym oraz 3.990 zł dla jednej osoby w przypadku programu medycznego bez turnusu (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 96 akt adm.). Aktualnie cena wynosi 5.580 zł w przypadku zakupu uczestnictwa w programie medycznym z turnusem oraz 4.690 zł bez turnusu (dowód: oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1683 akt adm.).

W przypadkach kredytowania zakupu programu medycznego, umowa kredytu zawierana jest z [usunięto], [usunięto] lub [usunięto]. W umowach kredytowych jako przedmiot/usługi podlegające finansowaniu kredytem wskazywana jest jedynie mata rehabilitacyjna, przy czym jej cena tam wskazana stanowi łączną cenę za cały program medyczny (dowód: wzorce umów z bankami, k. 113-130, oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1684 akt adm.; skargi konsumentów, k. 23-25, 87-89, 1235-1237, 1269-1271, 1293-1295, 1394-1397, 1415-1416, 1510-1512, 1519-1521, 1835-1837, 1886-1888, 1927-1929, 1967-1968, 1982-1983, 2010-2012, 2019, 2052-2054, 2104-2105, 2108-2110, 2214-2216, 2447-2449, 2566-2568, 2685-2689, 2791-2795, 2813-2815 akt adm.).

W treści zawieranych z konsumentami umów Spółka stosuje m.in. postanowienia o treści:

*„Działając z poszanowaniem prawa, informujemy że zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 7) ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, przepisów tej ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez podmiot leczniczy oraz wydawania i udostępniania wyrobów medycznych. Wobec powyższego, Zamawiającemu (będącemu konsumentem) nie przysługuje - przewidziane ww. ustawą - prawo odstąpienia od niniejszej Umowy” (dowód: wzorzec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę, k. 109, 1116, 1725 akt adm.) oraz*

*„Zamawiającemu (będącemu konsumentem) nie przysługuje prawo odstąpienia od niniejszej Umowy. Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 7) Ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, przepisów tej ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom, w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej” (dowód: wzorzec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę, k. 1723 akt adm.)*

W ramach zawieranej umowy konsumenci podpisują również „Informację dla uczestnika programu medycznego”, w której znajdują się oświadczenia następującej treści:

*„Oświadczam, że mam świadomość, że przystępując do Programu Medycznego, zgodnie z art.3 ust.1 pkt.7) ustawy z dnia 30 maja 2014 r. nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez podmiot leczniczy oraz wydawania i udostępniania wyrobów medycznych. Wobec powyższego nie przysługuje mi prawo odstąpienia od umowy*

w Programie.” (dowód: skargi konsumentów i rzeczników konsumentów, k. 1253, 1366, 1399, 1419, 1894, 1931, 1969, 1985, 2060, 2213 akt adm.) oraz

„Mam świadomość, że przystępując do Programu Medycznego nie przysługuje mi prawo odstąpienia od zawartej umowy uczestnictwa w Programie, zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt.7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, przepisów tej ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej” (dowód: wzorzec umowy stosowany przez Przedsiębiorcę, k. 1727 akt adm.; skargi konsumentów, k. 1503, 1509, 1858, 1869, 2007, 2056, 2122, 2377, 2465, 2473, 2574, 2691, 2796, 2820 akt adm.)

Z poczynionych ustaleń wynika, że co do zasady Spółka nie uwzględnia złożonych przez konsumentów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, powołując się m.in. na ww. postanowienia umowy i na wyłączenie z art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity: Dz. U. z 2017 r., poz. 683 ze zm., dalej: u.p.k.) (dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy, k. 1681 akt adm.; skargi konsumentów i rzeczników konsumentów, k. 17, 31, 36, 1428-1431, 1476-1477, 1499-1500, 1765, 1775, 1786, 1820, 1842, 1845-1847, 1852, 1863, 1867, 1974, 1989, 2001, 2019, 2127, 2187, 2197, 2263, 2267, 2350, 2345, 2417, 2429, 2510, 2559, 2605, 2708, 2756, 2770 akt adm.). Jednocześnie Spółka początkowo twierdziła, że uwzględniała odstąpienia konsumentów od zawartych umów (dowód: k. 98, 419, 984 akt adm.).

Na podstawie skarg i zawiadomień konsumentów oraz informacji uzyskanych od Przedsiębiorcy ustalono, że Spółka wysyła do konsumentów, którzy złożyli oświadczenia o odstąpieniu od umowy wezwania do zapłaty (czasami określane jako „przypomnienia”) kwot wynikających z zawartych umów (dowód: k. 779, 809, 812, 816, 825, 830, 833, 847, 851, 857, 863, 871, 892, 898, 904, 919, 1878, 2073, 2130, 2142, 2234, 2343 akt adm.), a przesyłki konsumentów zawierające matę rehabilitacyjną nie są przez Spółkę odbierane (dowód: k. 1499, 1840, 1846, 1974, 2001-2002, 2019, 2069, 2136, 2158, 2187, 2149, 2263, 2354, 2397, 2417, 2429, 2510, 2559, 2602, 2605, 2621, 2669, 2708, 2756 akt adm.).

Argumentacja Spółki, dotycząca prawa odstąpienia od umowy, zawarta w pismach kierowanych do konsumentów zmieniała się w czasie, natomiast co do zasady Spółka powoływała następujące twierdzenia:

- Spółka jest wpisana do rejestru podmiotów wykonujących działalność leczniczą,
- przedmiotem umowy są „usługi zdrowotne świadczone przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia”,
- zgodnie z ust. 1 oraz 2 umowy, jej przedmiotem jest m.in. indywidualna konsultacja lekarska (która jest przeprowadzana przez lekarza medycyny akademickiej), opieka medyczna w przypadku zachorowań, zabiegi profilaktyczno-rehabilitacyjne. W konsekwencji, zdaniem Spółki usługi wymienione w umowie są usługami zdrowotnymi, o których mowa w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta,
- w ramach umowy, wydawany jest wyrób medyczny Podkład Rehabilitacyjny Wełniany Typ II Magnetyczny,



- Spółka w pełni wyczerpuje przesłanki istnienia działalności leczniczej z uwagi na brzmienie art. 3 ust. 1 i ust. 2 oraz art. 2 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej (tekst jednolity: Dz. U. z 2018 r., poz. 160 ze zm.),

- świadczenia w postaci indywidualnej konsultacji lekarskiej, opieki medycznej w przypadku zachorowań, zabiegów profilaktyczno-rehabilitacyjnych zaleconych w trakcie indywidualnej konsultacji lekarskiej są wykonywane przez osoby wykonujące zawód medyczny.

*dowód: k.1428-1431, 2082-2084, 2106-2107, 2128-2129, 2143-2147, 2152-2153, 2164-2165, 2195-2196, 2199-2200, 2227-2229, 2238-2241, 2422-2423, 2431-2433, 2479- 2481, 2489-2491, 2595-2597 akt adm.*

Konsumenci są telefonicznie zapraszani na spotkania z przedstawicielami Spółki. Przedsiębiorca nie posiada własnego telemarketingu. Konsumenci są zapraszani przez zewnętrzną firmę świadczącą usługi w tym zakresie. Spółka korzystała w tym zakresie z usług [usunięto], [usunięto] oraz [usunięto]. Spółka ma pisemną umowę z dnia [usunięto] r. o świadczenie usług telemarketingu z [usunięto], z pozostałymi podmiotami były to umowy ustne (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 98 akt adm.; umowa zawarta z [usunięto], k. 1029-1034 akt adm.; oświadczenie [usunięto] prowadzącego działalność pod nazwą [usunięto], k. 1487 akt adm.; wyjaśnienia [usunięto] odebrane w toku kontroli [usunięto], k. 1641 akt adm.; oświadczenie pracownika Spółki, k. 1680 akt adm.*). Zgodnie z § 1 pkt 5 zd. 1 ww. umowy zawartej z [usunięto], przed złożeniem zamówienia Zleceniodawca [NMEDICAL sp. z o.o. sp.k.] zobowiązany jest dostarczyć w wersji elektronicznej wszelkie materiały, niezbędne dla opracowania kampanii marketingowej, w tym opracowania dot. towarów, aktualną ofertę, hasła marketingowe, koncepcje, prezentacje. Zgodnie ze zd. drugim, [usunięto] jest uprawniona do wykorzystania materiałów oraz danych w całym okresie obowiązywania Umowy w dowolnym zakresie, o ile następuje to w celu jej wykonania. Przedsiębiorca ani podmioty świadczące usługi na jego rzecz nie prowadzą rejestracji rozmów telefonicznych z konsumentami, w których są oni zapraszani na spotkania organizowane przez Przedsiębiorcę (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 98 akt adm.; oświadczenie [usunięto], k. 411 akt adm.; oświadczenie [usunięto] prowadzącego działalność pod nazwą [usunięto], k. 1487 akt adm.; wyjaśnienia [usunięto] odebrane w toku kontroli [usunięto], k. 1640-1641 akt adm.*).

Zaproszenia telefoniczne kierowane do konsumentów na organizowane przez Przedsiębiorcę spotkania mają charakter zaproszenia na bezpłatne badania albo zaproszenia na spotkania o tematyce prozdrowotnej. W przypadku zaproszeń na badania konsumenci są informowani, że będą to badania przeznaczone dla osób w wieku od 40-45 do 80 lat. Podczas rozmowy telefonicznej osoby zapraszające wskazują, że będzie to m.in. badanie rezonansem magnetycznym, badanie analizatorem rezonansu magnetycznego, badanie profilaktyczne pod kątem zaburzeń układu krążenia, osteoporozy i chorób reumatycznych, kompleksowe badanie komputerowe czy komputerowe badanie mikrofalami. Przedsiębiorca nie informuje przy tym o handlowym celu tych spotkań, tj. o możliwości zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym. Przedsiębiorca i firmy telemarketingowe wykorzystują również do zapraszania konsumentów na spotkania markę handlową Promomedi (*dowód: nagranie zaproszenia na pokaz, k. 1449-1450 akt adm.; skrypt stosowany przez [usunięto], k. 1486 akt adm.; oświadczenie [usunięto] prokurenta [usunięto], k. 1640-1641 akt adm.; zaproszenie na pokaz, k. 1642-1643, k. 1827-1831 akt adm.; oświadczenie pracownika Spółki, k. 1680 akt adm.*).



Powyższe potwierdzają liczne skargi konsumentów, cyt. (pisownia oryginalna):

„Dnia 15 czerwca 2018 r. o godz. 14.00 w [usunięto] miały odbyć się bezpłatne badania medyczne, na które dostałam telefoniczne zaproszenie. W dniu poprzedzającym badanie zadzwoniono ponownie, aby upewnić się, czy na pewno przystąpię do badań, przekazałam słuchawkę córce, która zapytała, czy badanie nie wiąże się z zakupem jakiegokolwiek produktu medycznego, zagwarantowano ja, że nie.” (dowód: k. 17 akt adm.)

„Dnia 15.12.2017 r. otrzymałam telefon z numeru [usunięto] od przedstawiciela z firmy Novumedical. Przez telefon kobieta zaoferowała bezpłatne badanie kości, osteoporozy oraz ogólne badanie na obecność różnych chorób. Oferowane badanie miało być darmowe oraz wykonane sprzętem, które tylko należało trzymać w dłoni - kobieta określiła je jako „komputerowe badanie mikrofalami”. Warunkiem uczestnictwa w spotkaniu miał być wiek od 45-80 lat.” (dowód: k. 1245 akt adm.)

„Telefonicznie zaproszono mnie na spotkanie dotyczące zdrowia i przeprowadzenia badań.” (dowód: k. 1361 akt adm.)

„Zostałam zaproszona w rozmowie telefonicznej na bezpłatne spotkanie z lekarzami połączone z pakietem badań na dzień 30.01.2018r. do [usunięto]. Osoba zapraszająca nie poinformowała mnie, że na spotkaniu będzie prowadzona działalność o charakterze handlowym, pośrednictwa usług medycznych oraz pośrednictwa w zawieraniu umów finansowych.” (dowód: k. 1368 akt adm.)

„W dniach 23 i 23 lutego dzwonił do mnie przedstawiciel firmy Novumedical. Dzwoniąca kobieta informowała mnie, o tym, iż wygrałam nagrodę specjalną. Zachęcała do odbioru niniejszej nagrody, przekonywała, że na pokazie koniecznie muszę być. Oprócz nagrody specjalnej oferowane było bezpłatne badanie.” (dowód: k. 1410 akt adm.)

„Na spotkanie poszłam z siostrą, która dostała informację od przedstawiciela N.MEDIKAL, że będzie wykonywane badanie układu krążenia i żeby przyjść z osoba towarzyszącą. Nie było mowy o żadnym programie medycz. ani o sprzedaży maty. Gdybym o tym wiedziała, że zechcą mi podstępem sprzedać matę nie poszłabym na to spotkanie.” (dowód: k. 1499 akt adm.)

„W dniu 04.04.2018 r. zadzwoniła do mnie Pani konsultantka, żeby zaprosić mnie na udział w bezpłatnych badaniach. Ponieważ spełniałem kryterium wiekowe - badania skierowane były do osób, które ukończyły 40 lat - zdecydowałem się na udział. Dzień przed planowanymi badaniami ponownie zadzwoniła do mnie Pani konsultantka, w celu potwierdzenie przybycia na badania. Podyktowała mi mój indywidualny numer - [usunięto]. (...) Miałem przybyć 10 min. Wcześniej w celu rejestracji. Podczas tej rozmowy ponownie zapytałem czy to są faktycznie tylko badania i jakie. Pani odpowiedziała, że tak - będzie możliwość badania krążenia krwi.” (dowód: k. 1505 akt adm.)

„W kwietniu (nie pamiętam dokładnie którego dnia) ale było to przed 11.04.18 zadzwoniła do mnie jakaś Pani z informacją że 11.04.18 odbędą się bezpłatne badania komputerowe dotyczące kondycji całego organizmu.” (dowód: k. 1513 akt adm.)

„Do mojego męża zadzwoniła pani i zaprosiła męża z drugą osobą na spotkanie „Zdrowy tryb życia”. Oznajmiła że dobrze by było aby przyszedł z małżonką, bo otrzymamy prezent między

innymi wideorejestrator. Rozmówczyni nic nie wspominała o jakiegokolwiek sprzedaży sprzętu.” (dowód: k. 1818 akt adm.)

„(...) zostałam zaproszona do hotelu [usunięto], gdzie miało odbyć się badanie lekarskie specjalistów wykonywane przez firmę „NovuMedical” z siedzibą w 62-400 Piotrowice ul. Jeziorna 25 w dniu 25.04.2018 r.” (dowód: k. 1840 akt adm.)

„14 kwietnia b.r. w [usunięto] na które zostałam zaproszona miało odbyć się spotkanie dotyczące badań odnośnie schorzeń naczyniowych. Ponieważ mam 70 lat i choruję, to wszystkie spotkania dotyczące zdrowia mnie interesują i biorę w nich udział. Myślałam, że to spotkanie będzie tak jak inne, to znaczy bez oferowania czegokolwiek przez organizatora.” (dowód: k. 1842-1843 akt adm.)

„Pod koniec maja 2018 r. odebrałam telefon - pani przedstawiła się, że reprezentuje program medyczny, który ma za zadanie zadbać o zdrowie ludzi starszych - powyżej 50 roku życia i zaprasza mnie na spotkanie w dniu 4.06.18 na którym to spotkaniu przeprowadzone będzie badanie sprawdzające prawidłowy przepływ krwi i ukrwienia poszczególnych narządów. Zabrzmiło zachęcająco, więc pomyślałam, że jest to jedna z akcji profilaktycznych typu n.p. mammografia. Nie od razu zadeklarowałam się że będę uczestniczyła ale od momentu pierwszego kontaktu telefonicznego zaczęłam otrzymywać kilkakrotnie SMS przypominające o spotkaniu. Na spotkanie poszłam. Pani prowadząca pokaz już na wstępie zaznaczyła, że „nie zaprosiliśmy państwa aby cokolwiek sprzedać- my nie sprzedajemy, my chcemy uświadomić państwu, że najważniejsze jest wasze zdrowie”.” (dowód: k. 1850 akt adm.)

„Oświadczam, że zadzwoniła pani do mnie w piątek tj. 29.06.2018r. Przedstawiając się jako pracownik ośrodka zdrowia, zapraszając mnie na bezpłatne badanie serca. Dzwoniła także w sobotę, a by potwierdzić moje przybycie na badanie, które miało się odbyć w dniu 01.07.2018r. W Sali [usunięto].” (dowód: k. 1856 akt adm.)

„Firma zapraszając na spotkanie (telefonicznie) deklarowała badania i konsultacje z lekarzami specjalistami. Niestety na spotkaniu nie było żadnych lekarzy o czym dowiedziałam się po podpisaniu umowy.” (dowód: k. 1866 akt adm.)

„Firma Novumedical zadzwoniła do mnie na domowy numer telefonu około dwóch tygodni przed pokazem, który odbył się 13.02.2018r. Rozmówca zaproponował mi dokładne badania, m.in. rezonans magnetyczny, który miał wykazać wszystkie schorzenia. Spytał, czy cierpię na choroby przewlekłe. Zaproszeni pacjenci mieli być w wieku do 80. roku życia. Nie zostałam poinformowana, kto będzie wykonywał takie badania, a także, że spotkanie będzie miało charakter handlowy i będzie możliwość dokonania zakupu na tym spotkaniu.” (dowód: k. 1883 akt adm.)

„Nie pamiętam dokładnie którego dnia, ale na pewno w pierwszej połowie grudnia 2017 zostałam telefonicznie zaproszona przez pracownicę firmy „NMEDICAL” na bezpłatne badanie stanu zdrowia na tzw. poziomie komórkowym jakimś specjalistycznym sprzętem. Na wstępie padło pytanie o mój wiek (tzn. ponad 50 lat i więcej). Osoba ta poinformowała mnie, że w przyszłości w [usunięto] będzie filia firmy. Zapewniła także, że wyniki badań są honorowane przez lekarzy służby zdrowia, a ponieważ określają stan na poziomie komórkowym - szybciej sygnalizują symptomy chorobowe.” (dowód: k. 1896 akt adm.)

„Zadzwoniła do mnie jakaś pani zapraszała mnie na spotkanie medyczne numeru nie pamiętam na 8 marca powiedziała mi że wszystkiego dowiem się na spotkaniu wyraziłam zgodę podałam imię i nazwisko wiek i gdzie mieszkam powiedziała że przypomni mi spotkanie esemesem dzień przed spotkaniem i tak dostałam esemes tak pisało, witam przypominam o badaniu jutro na godz 12.00 [usunięto] nr skierowania (...)” (dowód: k. 1958 akt adm.)

„W dn. 04.03.2018 odebrałem telefon od firmy NOVUMEDICAL, że mają przyjemność zaprosić mnie i żonę do wzięcia udziału w badaniach profilaktycznych analizatorem rezonansu magnetycznego EAN, które miały obejmować układ krążenia, żyły i głowę. Wówczas nie wyraziłem zgody na przyjazd do [usunięto] i zakończyłem rozmowę. Po 2 dniach dostałem znów telefon w tej sprawie i podpytałem tylko czy te badania są bezpłatne, pani poinformowała mnie że nie ma żadnych kosztów tych badań, więc zgodziłem się na przyjazd i skorzystanie z badania.” (dowód: k. 1972 akt adm.)

„Nie pamiętam dokładnie ale pierwszy telefon dostałam 6.03.2018 koło południa na drugi dzień był ponowny telefon przypomnieli mi żebym 8.03.2018 r. przybyła na to spotkanie na 9.30. Miało to być badanie głowy, kręgosłupa serca i reszta organów.” (dowód: k. 1988 akt adm.)

„-Dostałam telefon z zaproszeniem na bezpłatne badania profilaktyczne, które odbyły się dn. 30.05.18 r. przy [usunięto] (w barze).

- Dwa dni przed badaniem, oraz tego samego dnia dostałam po kilka telefonów z NMEDICAL, czy na pewno się zgłoszę i wręcz zapewniali, że nie ponoszę żadnych kosztów.” (dowód: k. 2050 akt adm.)

„Pani, która zadzwoniła, aby potwierdzić przybycie na badania na moje pytanie jak to wygląda poinformowała mnie, że odbędzie się rezonansem magnetycznym. Potwierdziła, że otrzymam wyniki z pieczętką potwierdzającą badanie.” (dowód: k. 2058 akt adm.)

„Przez telefon zaproszono mnie na bezpłatne badania profilaktyczne które miały odbyć się 4 lipca w [usunięto].” (dowód: k. 2116 akt adm.)

„Na prezentację zostałam zaproszona telefonicznie, nie informowano mnie, że jest to pokaz sprzedażowy tylko bezpłatne komputerowe badania medyczne.” (dowód: k. 2158 akt adm.)

„Zostałem zaproszony telefonicznie na bezpłatne badanie. Z uwagi na fakt, iż jestem osoba bardzo schorowaną, bajpasy, dwa udary, mocno niedowidzę, mam niedowład lewej strony ciała postanowiłem skorzystać z badań, nie wiedząc że jest to rodzaj oszustwa.” (dowód: k. 2169 akt adm.)

„Na początku Grudnia 2017r. odebrałam telefon z zaproszeniem na bezpłatne badania specjalistyczne z konsultacją dla seniorów, które miały odbyć się w [usunięto] w dniu 21.12.2017r. Skorzystałam z nich ponieważ jestem osobą bardzo chorą a lekarze mają problem ze zdiagnozowaniem mnie.” (dowód: k. 2210 akt adm.)

„W dniu 31 lipca 2018 r. odebrałem telefon od firmy medycznej NovuMedical proponującej mi badania medyczne serca, płuc wątroby, nerek i innych organów.” (dowód: k. 2254 akt adm.)

„Za pośrednictwem telefonu zostaliśmy z żoną zaproszeni na bezpłatne badania lekarskie. Przez telefon też zapytano mnie na jakie choroby się leczymy. Odpowiedziałem że na cukrzycę, a żona na zwyrodnienie stawów.” (dowód: k. 2267 akt adm.)

„Tata został telefonicznie zaproszony do udziału w bezpłatnych badaniach i tylko w takim celu udał się na spotkanie. Spotkanie odbyło się w [usunięto] i okazało się prezentacją handlową podczas której namówiono go na udział w programie medycznym. Przedstawiciel firmy odwiózł mojego tatę do domu i namówił go żeby wypłacił całą gotówkę od razu to nie będzie musiał udawać się do banku i przelewać pieniędzy.” (dowód: k. 2345 akt adm.)

„Do uczestnictwa w programie zostałem zaproszony przez telefon. Zostałem wprowadzony w błąd, gdyż poinformowano mnie jedynie o możliwości przeprowadzenia nieodpłatnych badań i tylko w tym celu tam się udałem.” (dowód: k. 2346 akt adm.)

„W skrzynce pocztowej miałam ulotkę zapraszającą do [usunięto] na bezpłatne badania lekarskie, które polegało na tym, że trzymałam w ręku jakieś urządzenie które było podłączone do komputera.” (dowód: k. 2350, 2375 akt adm.)

„Osoba dzwoniąca i informująca o prezentacji przedstawiła jako zaproszenie na badanie medyczne różnych narządów.” (dowód: k. 2415 akt adm.)

„W dniu 09-08-2018 r. pojechałem na badanie bezpłatne stanu zdrowia do [usunięto]. Ponieważ pani która do mnie wcześniej dzwoniła zachęcała mnie do badania która miały być kapsułkowe o całym stanie mojego zdrowia, mówiła że badania komputerowe i szczegółowo opiszą mój stan zdrowia, nic nie wspominała o możliwości zakupu jakichkolwiek towarów.” (dowód: k. 2430 akt adm.)

„7 sierpnia br. Otrzymałem telefon z informacją, że dnia 9 sierpnia odbędzie się badanie komputerowe i mnie zapraszają. Ponowny telefon miał miejsce 8 sierpnia z zapytaniem czy przyjdę na badanie lekarskie i czy będę sam czy z kimś, gdyż mogę zabrać ze sobą jeszcze jedną osobę. Pytano mnie o dane osobowe tj. imię, nazwisko, datę urodzenia również pytano mnie na co choruje.” (dowód: k. 2441 akt adm.)

„W rozmowie telefonicznej zaproszono nas na bezpłatne badanie całego organizmu w ramach Programu Medycznego firmy NMEDICAL. Sugerowano wzięcie drugiej osoby, chętnie współmałżonka.” (dowód: k. 2469 akt adm.)

W ramach współpracy z [usunięto] na spotkania organizowane w dniach 2-4 marca 2018 r. (1 cykl wyjazdowy) było kierowane do konsumentów również zaproszenie pisemne o następującej treści:



Program medyczny  
to kompleksowe podejście do zdrowia,  
łączy diagnostykę, profilaktykę, leczenie, rehabilitację,  
edukację i wypoczynek  
oraz gwarantuje uśmiech na twarzach naszych klientów.  
Centrum Rehabilitacji Leczniczej ma zaszczyt zaprosić  
na **Darmową Konsultację** z naszymi specjalistami

Spotkanie odbędzie się w dniu

.....

w

.....

W zamian za udział w spotkaniu konsumenci mieli otrzymać gwarantowany upominek w postaci ciśnieniomierza lub rozgrzewającego pasa wełnianego, a każda przybyła na pokaz para miała otrzymać wideorejestrator lub depilator laserowy.



Dowód: wyjaśnienia [usunięto] odebrane w toku kontroli [usunięto], k. 1640-1641 akt adm.; wzór zaproszenia uzyskany w toku kontroli przedsiębiorcy [usunięto], k.1642-1643, 1649-1652 akt adm., skarga konsumenta, k. 1827-1831 akt adm.

Aktualnie Przedsiębiorca korzysta również z druków bezadresowych, które są kolportowane do skrzynek pocztowych konsumentów, o następującej treści:



## Badanie Układu Krążenia

**BADANIE JEST BEZPŁATNE, BEZPIECZNE I BEZINWAZYJNE!!!**

Badanie wykonywane jest pod kątem:

- Układ krążenia – ciśnienie, elastyczność naczyń krwionośnych, zapotrzebowanie serca na krew
- Funkcje przewodu pokarmowego, wątroby i pęcherzyka żółciowego
- Choroby reumatyczne kości i stopień osteoporozy, indeks wzrostu kostnego
- Alergeny, toksyny i metale ciężkie

Badanie jest bezbolesne i bezinwazyjne. Każda zarejestrowana osoba zostanie przebadana i na miejscu otrzyma kartę z wynikami – ocenę kompleksową.

Miejsce wykonywania badań: Cech Rzemiosł Różnych Małej i Średniej Przedsiębiorczości  
ul. Św. Ducha 5 (parter), Pleszew

Termin badań: **26.07.2018 (czwartek)**  
na godz. 13:00 (proszę o przybycie 20 min wcześniej)  
na godz. 16:00 (proszę o przybycie 20 min wcześniej)

Liczba badań ograniczona.

Obowiązkowa rejestracja, wyłącznie telefoniczna, czynna 8-16 w dni robocze.

Rejestracja: ☎ 660 865 564 ☎ 668 056 277



## Badanie Układu Krążenia dla osób po 45 roku życia

**BADANIE JEST BEZPŁATNE ORAZ W PEŁNI BEZPIECZNE**

Badanie wykonywane jest pod kątem:

- Układu krążenia - ciśnienie, elastyczność naczyń krwionośnych, zapotrzebowanie serca na krew
- Funkcji przewodu pokarmowego, wątroby i pęcherzyka żółciowego
- Chorób reumatycznych, kości i stopnia osteoporozy
- Alergenów, toksyn i metali ciężkich

Miejsce wykonywania badań: Spółdzielnia Mieszkaniowa NADORZE, ul. Norwida 4a, 67-200 Głogów  
(sala na I piętrze)

Termin badań: 6.09.2018 (czwartek)

Liczba badań ograniczona. | Obowiązkowa wcześniejsza rejestracja, wyłącznie telefoniczna, w godzinach 8-16 w dni robocze.

Rejestracja: 52 584 89 84 | W trakcie badania będzie przedstawiona oferta Centrum Rehabilitacji Leczniczej

**Dowód: skargi konsumentów, k. 2187, 2300, 2315, 2318, 2405, 2620, 2629, 2661 akt adm.**

W toku postępowania, na podstawie informacji zawartych w skargach i zawiadomieniach oraz materiałów uzyskanych w toku kontroli, a w tym w szczególności nagrań pokazów oraz dokumentacji fotograficznej, ustalono również scenariusz organizowanych przez Przedsiębiorcę prezentacji. Spotkania z konsumentami są prowadzone przez cztery



kilkuosobowe zespoły, dlatego ich przebieg może się różnić w szczegółach, ale co do zasady odbywają się one według niżej opisanego schematu (*dowód: k. 2149, 2441, 2469 akt adm.*).

Samym prezentacjom nadaje się formę badań medycznych. Handlowcy, którzy będą przeprowadzać badania przedstawiają się jako diagnosty. Spotkanie organizowane przez Spółkę jest poprzedzone procedurą rejestracji, a konsumenci podają m.in. swoje dane osobowe, wiek, wagę, schorzenia na jakie cierpią i otrzymują ich wydruk na kartce A4. Po dokonaniu rejestracji przybyłe osoby zajmują miejsca na sali (*dowód: skargi konsumentów, k. 1245, 1505, 1818, 1897, 1958, 1972, 2469, 2618, 2753, 2780 akt adm.*).

Na początku spotkania pracownik Przedsiębiorcy opowiada na czym będzie polegało badanie. Prosi aby podchodzić do badania po dwie osoby, gdyż mają dwóch diagnostów oraz dwa urządzenia. Następnie, osoby znajdujące się na sali są proszone o wyłączenie telefonów komórkowych z uwagi na to, że mogą zakłócać pracę urządzenia podczas badania i rozpoczyna się prelekcja.

Prowadzący prelekcję opowiada m.in. o turnusie, programie rehabilitacyjnym, tym co oferują konsumentom. Porusza również kwestie żywieniowe, problematykę różnych dolegliwości i ich naturalnych metod leczenia oraz sposobów prawidłowego przyjmowania witamin. Konsumenci są informowani, że duża ilość zabiegów w ramach turnusu jest wykonywana w oparciu o pole magnetyczne m.in. urządzeniem Magnetronic czy platformę Schumana. Konsumenci są informowani, że Przedsiębiorca wykorzystuje w pracy z pacjentami magnesy. Podczas turnusu pacjenci ćwiczą na specjalnie przygotowanych dla Spółki podkładach magnetycznych z 13 magnesami neodymowo-borowo-żelazowymi, które generują indukcyjność 2000 Gaussów. Prowadzący podkreśla, że ich mata jest wyrobem medycznym zarejestrowanym w Urzędzie Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych i jest jednym z najlepszych produktów pod względem działania, bo można z niej korzystać również w nocy przez co jest najwygodniejszym sposobem korzystania z pola magnetycznego.

Prelegent, dla wzmocnienia przekazu wyświetla fragment wydania „Panoramy” prowadzonej przez Andrzeja Turskiego. W reportażu Małgorzaty Wiśniewskiej przedstawione jest leczenie za pomocą zmiennego pola magnetycznego zrostów pooperacyjnych na jelitach, zapalenia stawu skokowego czy gojenia ran przy pomocy urządzenia skonstruowanego przez prof. Aleksandra Sieronia w Bytomiu. Prowadzący wskazuje, że w swojej pracy polem magnetycznym opierają się na książce prof. dr n. med. dr honoris causa Aleksandra Sieronia i pokazuje przykład z książki dotyczący kobiety dotkniętej owrzodzeniem podudzia w czasie trwania cukrzycy, która uzyskała całkowite wygojenie po 75 ekspozycjach polem magnetycznym. Wyświetlany jest również fragment reportażu z programu informacyjnego „Wydarzenia” na temat terapii zmiennym polem magnetycznym, opracowanej przez ww. prof. Sieronia, w którym wskazuje się na możliwe zastosowania takiej terapii w leczeniu schorzeń reumatycznych, neurologicznych oraz ortopedycznych. Następnie wyświetlany jest reportaż z „Wiadomości” prowadzonych przez Danutę Holecką, w którym pokazywana jest historia uratowania ręki ośmioletniemu dziecku, któremu groziła amputacja poprzez zastosowanie autorskiej terapii prof. Aleksandra Sieronia w postaci urządzenia Laserobaria, które otrzymało w Belgii nagrodę za najlepszy europejski wynalazek. W materiale wspomina się, że wśród krajów europejskich Polska zajmuje pierwsze miejsce pod względem liczby amputacji, a NFZ płaci za amputacje więcej niż za leczenie. Według prowadzącego prelekcję

pole magnetyczne leczy również nietrzymanie moczu (*dowód: nagranie pokazu, k. 1677-1679 akt adm.; skargi konsumentów, k. 1818-1819, 1958, 2441, 2469-2470, 2680 akt adm.*).

W czasie prelekcji konsumentom przedstawiane są również zalety programu Spółki i jej produktów wykorzystujących pole magnetyczne. Prowadzący podkreśla również, że w ramach turnusu duża ilość zabiegów jest wykonywana właśnie w oparciu o pole magnetyczne, a pacjenci w jego trakcie ćwiczą na specjalnie przygotowanych dla spółki podkładach magnetycznych, które spełniają wymagania przewidziane przepisami prawa oraz są zarejestrowane w Urzędzie Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych pod nazwą Materac Rehabilitacyjny Wełniany Typ II Magnetyczny. Prowadzący podkreśla, że jednym z najlepszych produktów i najwygodniejszym sposobem korzystania z pola magnetycznego, który będzie oddziaływał na zebranych jest właśnie podkład magnetyczny.

Prowadzący prelekcję wskazuje, że uczestnicy otrzymają wyniki z przeprowadzonych badań w tradycyjnej formie diagnostycznej oraz że norma będzie dostosowana do wagi i otluszczenia organizmu badanej osoby. Konsumentom są również informowani, że w zależności od wyników zostaną podzieleni na dwie grupy (wyniki dobre, których nie trzeba omawiać oraz wyniki słabsze, które będą omawiane poprzez wskazanie jak przywrócić parametr do normy) oraz że przeciwwskazaniem do badań jest m.in. rozrusznik serca, zastawka magnetyczna oraz ciąża.

Na podstawie skarg i zawiadomień ustalono, że wyniki nie zawsze były przekazywane konsumentom (*dowód: k. 936, 1381, 1765, 1972, 2050, 2149, 2267, 2618, 2620, 2629, 2668 akt adm.*).

Aktualnie, wydruk wyników osób, które przystąpiły do programu medycznego jest wydawany na turnusie rehabilitacyjnym, po zapoznaniu się z nim przez lekarza prowadzącego (*dowód: pismo Spółki do konsumenta, k. 2479 akt adm.; oświadczenie pracownika spółki [usunięto], k. 1680 akt adm.*).

W toku prelekcji konsumenci przechodzą po dwie osoby do specjalnie wyznaczonego miejsca, gdzie pracownicy Spółki przeprowadzają badanie. Badanie przeprowadzane jest analizatorem Quantum (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 419 akt adm.; oświadczenie pracownika Spółki [usunięto], k. 1680 akt adm.*).

Z informacji dostępnych w sieci Internet wynika, że analizator Quantum ma wykrywać zmiany za pomocą elektromagnetycznych fal emitowanych przez komórki ciała poprzez sensor trzymany w dłoni<sup>1</sup>. Urządzenie to nie jest wyrobem medycznym i brak jest badań klinicznych potwierdzających jego skuteczność. W piśmie z dnia 24 maja 2018 r., Urząd Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych wskazał, że w oparciu o dokumenty przekazane przez Delegaturę UOKiK w Poznaniu, uzyskane od Spółki oraz przedsiębiorcy od którego nabywa on analizator, nie można uznać, że jest on wyrobem medycznym (*dowód: pismo z dnia 24 maja 2018 r. z Departamentu Nadzoru i Badań Klinicznych wyrobów Medycznych Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych, k. 1526 akt adm.*).

Z informacji dostępnych w sieci Internet wynika również, że jest on dedykowany głównie dla gabinetów dietetycznych, gabinetów medycyny naturalnej, naturoterapeutów, lekarzy

---

<sup>1</sup> <http://www.ajwen.pl/oferta/diagnostyka/diagnostyka-quantum/> (dostęp na dzień 29.11.2018r.)

medycyny naturalnej, medycyny holistycznej, bioterapeutów, dietetyków, gabinetów kosmetycznych, ośrodków SPA. Wskazywane jest przy tym, że jest doskonałym uzupełnieniem urządzeń diagnostyki nieliniowej typu: Oberon, Aparat Volla, Mora, Biolaz, Diacom, Sensitiv Imago<sup>2</sup>.

Zgodnie z instrukcją obsługi przekazaną przez Przedsiębiorcę oraz osobę od której nabywa on analizatory Quantum, urządzenie w ciągu 60 sekund oceni aktualną kondycję organizmu, wskaże niedobory żywieniowe, poziom zakwaszenia organizmu, ujawni obecność toksyn w organizmie, zaproponuje program żywienia i diety oraz wskaże nieprawidłowości, które mogą być istotną wskazówką w dalszej diagnostyce chorób (*dowód: instrukcja obsługi analizatora, k. 1158, k. 1322-1323, 1466, 1734 akt adm.*)

Analizator obsługują pracownicy Przedsiębiorcy, którzy przeszli wewnętrzne szkolenie obsługi ww. urządzenia i nie posiadają wykształcenia o charakterze medycznym (*dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 98-99, 1113, 1144 akt adm.; oświadczenie pracownika Spółki, k. 1680 akt adm.*). Badanie polega na trzymaniu w ręce przez ok. 1 - 1,5 minuty sondy pomiarowej, która jest podłączona do komputera, po czym automatycznie generowany jest całosciowy raport obejmujący szereg wyników (*dowód: nagranie pokazu, k. 1677-1679 akt adm.; instrukcja obsługi analizatora Quantum, k. 1158, 1166, 1172, 1195-1197, 1322-1323 akt adm.; skargi konsumentów, k. 1245-1246, 1505, 1958, 1972, 2618, 2620, 2680, 2780 akt adm.*).

Wydruki badań są zatytułowane „Ocena kompleksowa”. W ramach wydruku wskazywane są prawdopodobne problemy ukryte oraz niekliniczne trendy zdrowia. Wydruk obejmuje szereg badanych funkcji takich jak m.in.: otyłość (poziom metabolizmu tłuszczu, poziom brązowej tkanki tłuszczowej, stężenie trójglicerydów), układ krążenia i naczyń mózgowych (elastyczność naczyń krwionośnych, ciśnienie ukrwienia wieńcowego, blokada wrzutu lewej komory serca, miażdżyca naczyń mózgowych), funkcje przewodu pokarmowego (współczynnik perystaltyki żołądkowej oraz jelita cienkiego, współczynnik wydzielania pepsyny, współczynnik absorpcji żołądkowej), funkcje jelit (wchłanianie okrzężnicy), funkcje wątroby (zawartość tłuszczu w wątrobie), funkcje nerek (zagęszczenie kwasu moczowego, poziom białek w moczu), choroby reumatyczne kości (stopień zwapnienia miednicy, współczynnik osteoporozy, zmiany reumatyczne, stopień zwapnienia łądźwi), cukier we krwi (zawartość cukru w moczu, współczynnik wydzielania insuliny, współczynnik glikemii), funkcje płuc (infekcje górnych dróg oddechowych, zawartość tlenu we krwi-pasożyty odjelitowe), funkcje oczu (poziom kolagenu, stan odżywiania mięśni wzrokowych). W wynikach wskazywana jest również zawartość konkretnych metali ciężkich w organizmie, zawartość witamin i pierwiastków wraz z ich stężeniem.

Wydruki zawierają określenie poziomu normy oraz wyniku uzyskanego przez badaną osobę bez odnoszenia się do konkretnych jednostek. Wyniki zawierają również zalecenia ekspertów (*dowód: k. 18-20, 787-805, 1348-1352, 1407-1409, 1421-1422, 1742-1764, 1822-1826, 2123-2125, 2391-2392, 2443-2445, 2466-2468, 2693-2699, 2798-2804, 2817-2819 akt adm.*).

W toku postępowania ustalono, że zalecenia ekspertów nie są jednolite dla danego rodzaju zaburzeń i w poszczególnych wydrukach ulegają one zmianie. Są to głównie zalecenia żywieniowe, a w niektórych przypadkach oprócz zaleceń żywieniowych wskazywana jest magnetoterapia lub pole magnetyczne. Z materiału zgromadzonego w toku postępowania

---

<sup>2</sup> <http://www.bioanalizatory.eu/analizator-do-gabinetow/> (dostęp na dzień 29.11.2018 r.)

wynika, że dane znajdujące się w zakładce „Zalecenia ekspertów” nie są trwale zapisane i mogą być one dowolnie modyfikowane poprzez panel „ustawienia”. Ustalono również, że pierwotne dane, które są zapisane na urządzeniu w ramach tej zakładki odnoszą się wyłącznie do zaleceń dietetycznych ewentualnie zaleceń zwiększenia aktywności fizycznej, natomiast nie zawierają danych dotyczących magnetoterapii (dowód: k. 18-20, 787-805, k. 1158, 1207, 1325-1328, 1464, 1469, 1470-1474, 1740, 1822-1826, 2123-2125, 2391-2392, 2443-2445, 2693-2699, 2798-2804, 2817-2819 akt adm.).

Po zakończeniu badania wszystkich przybyłych osób oraz po zakończeniu prezentacji, wyniki są dzielone na dwie grupy. Jedna grupa obejmuje osoby, których wyniki są w ocenie prowadzących spotkanie „w miarę ok”, natomiast druga grupa obejmuje te osoby, których wyniki powinny być omówione. Pracownik Przedsiębiorcy wyczytuje nazwiska osób, które mają dobre wyniki i rozdaje wydruki. Wyniki tych osób nie są omawiane, dlatego opuszczają oni miejsce spotkania. Następnie pracownicy Przedsiębiorcy wyczytują nazwiska osób pozostałych na sali, które są zapraszane do diagnozowania i omówienia wyników. Wyczytana osoba podchodzi do pracownika, który ją wywołał, a następnie udaje się z nim do osobnego stolika, celem omówienia wyników. W trakcie indywidualnych rozmów przy stolikach, pracownicy Spółki przedstawiają oraz omawiają wyniki przeprowadzonych badań, wskazując przy tym na grożące konsumentom poważne schorzenia zdrowotne. Pracownicy Przedsiębiorcy dokonują również określeń nieprawidłowych parametrów na wynikach badań konsumentów. Ze zgromadzonych w toku postępowania wyjaśniającego informacji wynika, że osoby interpretujące badania zwracają szczególną uwagę na złe wyniki oraz grożące choroby. Ponadto wskazują, że z uwagi na wykryte i zagrażające choroby pomoc może oferowana przez Przedsiębiorcę mata rehabilitacyjna lub/i pobyt w Centrum Rehabilitacji w Łęczeczkach.

Powyższe potwierdzają skargi konsumentów, cyt. (pisownia oryginalna):

„Po prezentacji, pojedynczo zapraszano nas na badania. Po ich zakończeniu pojedynczo siadaliśmy przy stoliku, gdzie czekał przedstawiciel firmy. Powiedział mi, iż cierpię na szereg chorób (m.in. cukrzycę, tarczycę) i że koniecznie muszę skorzystać z pobytu w sanatorium.” (dowód: k. 17 akt adm.)

„Umowę podpisałam w dużych emocjach. Pan konsultant objaśnił mi każdy punkt badań i okazało się, że wszystkie wyniki są nieprawidłowe. Poczułam się zagrożona o moje zdrowie i bez przeczytania umowy ją podpisałam.” (dowód: k. 838 akt adm.)

„W dniu 14.06.2017 roku uczestniczyłem w badaniu przeprowadzonym przez waszą firmę w [usunięto], na urządzeniu które według waszych specjalistów miało określić stan mojego zdrowia. Po odczytaniu wyników badania wasz specjalista stwierdził, że ze względu na mój stan zdrowia, powinienem podjąć leczenie i rehabilitację wskazane przez waszych specjalistów. W tym celu podsunęto mi natychmiast umowę do podpisania na którą się zgodziłem, sugerując się wynikami przeprowadzonych badań na waszym urządzeniu. Jeszcze tego samego dnia udałem się do mojego lekarza rejonowego w celu przeprowadzenia szczegółowych badań mojego stanu zdrowia. Po badaniu u lekarzy specjalistów za które musiałem zapłacić prywatnie, okazało się, że wasze urządzenie na którym przeprowadzacie badania, absolutnie nie daje prawdziwego obrazu stanu zdrowia osoby badanej.” (dowód: k. 850 akt adm.)

„Dnia 25 maja 2017 roku moja mandantka uczestniczyła w spotkaniu organizowanym przez Państwa pracowników (przedstawiciele), gdzie została rzekomo przebadana (nieznany jej urządzeniem), co skutkowało stwierdzeniem u mojej klientki występowania schorzeń układu krążenia, stawów, kręgosłupa oraz konieczności oczyszczenia organizmu. W konsekwencji stwierdzonych schorzeń moja klientka zawarła z Państwem umowę uczestnictwa w programie medycznym(...). Dnia 30 maja 2017 roku, a więc po zawarciu z Państwem umowy, [usunięto] udała się do lekarza chorób wewnętrznych (...) ([usunięto]), która przeprowadziła badanie mojej mandantki i nie potwierdziła stawianej przez Państwa diagnozy. Ponadto moja klientka dysponuje wynikiem badania USG DOPPLER TĘTNIC SZYJNYCH I KRĘGOWYCH z dnia 10 kwietnia 2017 roku, gdzie także nie stwierdzono nieprawidłowości w funkcjonowaniu układu krążenia u mojej mandantki.” (dowód: k. 881-882 akt adm.)

„(...) w chwili podpisywania umowy działałam w mylnym przekonaniu, że jestem osobą chorą na niedotlenienie mózgu, a wyjazd do wskazanej przez Państwa kliniki jest procesem niezbędnym w celu zapewnienia prawidłowego leczenia.

Przed podpisaniem umowy zostałam przez Państwa wprowadzona w błąd, bowiem przedstawiciel Państwa firmy zapewniał mnie, że jestem osobą bardzo poważnie chorą, o czym wcześniej nie zdawałam sobie sprawy. Dopiero po powrocie do domu oraz kontakcie z osobami najbliższymi, a następnie lekarzem - uświadomiono mnie, że zostałam przez Państwa wprowadzona w błąd co do swojego stanu zdrowia.” (dowód: k. 897 akt adm.)

„W trakcie rozmowy z przedstawicielką dowiaduję się o stanie mojego zdrowia, a mianowicie: niewłaściwa praca nerki jak również trudności z przepływem krwi do mózgu. W celu upewnienia się wykonałam badania u specjalistów. Efekt wykonanych badań to:

- 1) brak problemów z pracą nerek,
- 2) usg metodą Doppler tętnic szyjnych wykazało  
strona lewa: około 40% bez przyspieszenia przepływu,  
strona prawa: zwężenie 30-35% bez zmian w przepływie. Tętnice szyjne bez zmian miażdżycowych.

Ogólna diagnoza: Niedrożność i zwężenie tętnic przedmózgowych nieprowadzące do zawału mózgu.” (dowód: k. 959 akt adm.)

„Po wykonaniu tego badania zostałam zaproszona do stolika przy którym siedziała [usunięto] w celu interpretacji wyników z wykonanej czynności. Kobieta poinformowała mnie, że grozi mi udar, mam zwyrodnienia na kościach i ze względu na te choroby zostałam zakwalifikowana do kupna maty rehabilitacyjnej, która mi pomoże i wyleczy te schorzenia. Otrzymałam również informację, że w/w mata otrzymywana jest dopiero po pobycie w uzdrowisku ale ze względu na chęć pomocy w leczeniu otrzymam ją od razu. Przez cały okres rozmowy byłam zapewniana o cudownych właściwościach maty oraz, że przy jej stosowaniu zgodnie z zaleceniami moje zdrowie się poprawi.” (dowód: k. 1246 akt adm.)

„Badanie polegało na trzymaniu metalowej rączki. Po chwili wyszedł wydruk z badania. Później Pan wyczytywał po nazwisku, podchodziło się do niego, na podstawie wydruku z badania Pan powiedział że jestem bardzo chora, zasugerował że mam chorą wątrobę, zapalenie kości rąk, powiedział że nie funkcjonuje mi pół mózgu tak zrozumiałam. Nie

zwracał uwagi na to co mówię. Namawiał mnie na wyjazd na tydzień na rehabilitację, powiedział że wyzdrowieje jak pojedę.” (dowód: k. 1361 akt adm.)

„Konsultant firmy NMEDICAL najpierw przeprowadził wywiad co mi dolega, następnie podłączył do jakiegoś urządzenia i na podstawie wskazań kolorowych wykresów stwierdził, że cierpię na wiele chorób. Wymienione zostały m.in.: miażdżyca, problemy z kręgosłupem, sercem, niedokrwistość, problemy z wątrobą, problemy z oczami i dodatkowo w każdej chwili grozi mi wylew - co zostało kilkakrotnie podkreślone, że mózg tego może nie wytrzymać. Następnie konsultant firmy NMEDICAL przedstawił mi pakiet medyczny firmy NMEDICAL w którym będę mogła prywatnie za opłatą skorzystać z indywidualnych konsultacji lekarskich i z sanatorium. Zachwalał warunki i świadczenia jakie otrzymam w ramach programu i podczas pobytu w sanatorium. Podkreślał również, że jeśli będę używać maty magnetycznej oferowanej przez ich firmę z pewnością uniknę operacji. Poinformowano mnie, że pakiet medyczny który mi proponują jest niezbędny do uratowania mojego życia.” (dowód: k. 1368-1369 akt adm.)

„Badanie polegało na trzymaniu w dłoni rurki podłączonej do komputera. Żaden z dwóch mężczyzn przeprowadzających badania nie przedstawił się jako lekarz, ani jako pracownik służby zdrowia. Po badaniu zawołano mnie do stolika i w bardzo nachalny sposób przekonywano o potrzebie posiadania przeze mnie materaca. Mężczyzna mówił, że grozi mi udar, a rzeczony materac uchroni mnie przed nim i wieloma innymi chorobami.” (dowód: k. 1410 akt adm.)

„Potem nastąpiło „badanie” krążenia. Trzymałam w ręce metalową tuleję połączoną z jakimś aparatem. Chyba trzy osoby tłumaczyły wyniki tego badania. Trwało to dość szybko bo część osób szybko wychodziła. Dowiedziałam się że grozi mi udar mózgu bo jest niedotleniony. I to było całe tłumaczenie wyniku badania. Pan dużo mówił o sanatorium. Byłam wystraszona i po przebytej chorobie chyba niezbyt logicznie myślałam.” (dowód: k. 1500 akt adm.)

„I w między czasie osoby podchodziły do stolika z komputerem i były robione badania (do ręki srebrna pałka ok. 10 cm podłączona do komputera). Po zakończonym badaniu siadaliśmy i spotkanie było kontynuowane. Po ½ godziny badania i wydruki były gotowe - ocena kompleksowa. Nadal byliśmy zapewniani, że zmienne pole magnetyczne jest jedyną drogą do zdrowia. Wyleczy takie choroby jak: nietrzymanie moczu u kobiet, bóle kręgosłupa, choroby krążenia, nadciśnienie, chore stawy, alergię. Pod koniec spotkania mogliśmy podchodzić indywidualnie do osób które informowały nas co nam dolega. Ja dowiedziałam się że mam zwężone tętnice że grozi mi udar - problemy z krążeniem. Plamki na dłoniach to chora wątroba. Mąż ma nieprawidłowy indeks pamięci. Byłam przerażona diagnozą. I wtedy zaproponowano nam matę rehabilitacyjną z Programem Medycznym który kosztował 5490 zł na raty w banku.” (dowód: k. 1819 akt adm.)

„W wyniku „niby” badania, które polegało na tym, że trzymałam uchwyt w ręce przypominający rączkę (od roweru) przez które miało przechodzić pole magnetyczne. W trakcie niby badania usłyszałam, że jestem bardzo schorowaną osobą, że przeszłam udar i wiele innych chorób. Ludzie reprezentujący firmę „NovuMedical” w bardzo przekonujący



sposób wmówili mi wyżej wymienione schorzenia. A jedynym lekarstwem miała być mata magnetyczna, sanatorium i opieka lekarzy 24 h.” (dowód: k. 1840 akt adm.)

„Kiedy nadeszła moja kolej po odbiór wydruku z chorobami, fizjoterapeutka w rozmowie ze mną przedstawiła mi moje schorzenia i powiedziała, że bez problemu można je wyleczyć w sanatorium w Centrum Rehabilitacji.” (dowód: k. 1845 akt adm.)

„Każdy uczestnik spotkania kierowany do stanowisk obsługiwanych rzekomo przez lekarzy. Przez chwilę należało potrzymać jakąś rączkę która emitowała przepływający przez nasze ciało prąd i z urządzenia obok wydrukował się wykres. (...) Z wydrukami komputerowymi mieliśmy się udać (każdy osobno) do stanowisk „lekarzy” w celu analizy wyników i ewentualnej ich decyzji o zakwalifikowaniu się do programu medycznego. Ja trafiłam do stolika pana „doktora [usunięto]”. Wszystkie moje wyniki okazały się znacznie poniżej normy wartości, a szczególnie słabe okazało się ukrwienie mózgu. Na pewno często zapominam, nie pamiętam, nie kojarzę itp. Generalnie wszystkie kliniczne i niekliniczne trendy wymagają wsparcia MAGNETOTERAPII. W moim przypadku mogą mi pomóc podreperować znacznie zdrowie, proponują więc przystąpienie do trzyletniego programu medycznego.” (dowód: k. 1850-1851 akt adm.)

„Pani założyła na mój palec urządzenie, które prawdopodobnie miało małe wspólne z urządzeniem medycznym. Urządzenie to wykazało, że grozi mi zawał serca. Zaproponowano mnie materac za połowę ceny, który miał mnie chronić przed zawałem. Wmówiono mnie, że leki przepisywane przez lekarzy szkodzą na serce.” (dowód: k. 1856 akt adm.)

„W czasie wykładu zrobiono badania przy pomocy urządzenia z napisem „rezonans”. Po pewnym czasie w kąci, przy słabym oświetleniu bardzo miła Pani Ania przystąpiła do omówienia wyników badań. Wszystkie wyniki zarówno moje jak i męża są poza normą.” (dowód: 1862 akt adm.)

„Po wykładzie pięciu pracowników firmy, którzy zwracali się do siebie „panie magistrze” (nie przedstawili się oraz nie powiedzieli, jaki zawód wykonują) zaprosiło uczestników na badanie. Przed badaniem spytano o schorzenia, na które choruję. Gdy wspomniałam o tym, że przeszłam chorobę nowotworową i lekarz onkolog odradził mi korzystania z takich zabiegów, pracownik stwierdził, że przebyta choroba nowotworowa nie ma znaczenia. Wyglądało ono tak, że kazano mi położyć palec na metalowym pręcie i trzymać około 5 minut. Po tym czasie podziękowano za badanie i kazano czekać na wyniki. Wyniki badań przedstawione przez osobę badającą były dramatyczne, wskazywały na możliwość udaru, problemów z sercem, z nerkami, wątrobą itd. Poprosiłam o możliwość udostępnienia wyników badania, pracownik zgodził się, natomiast ich nie otrzymałam. Po przedstawieniu wyników pracownik zaproponował mi matę rehabilitacyjną albo sanatorium, bez wskazywania na kwotę tych produktów.” (dowód: k. 1883 akt adm.)

„Z chwilą, gdy materiały z badań były gotowe, osoby obsługujące spotkanie zaczęły indywidualnie omawiać wyniki poszczególnych osób. Mnie obsługiwała pani [usunięto] Pokrótkie omówiła dane zwracając szczególną uwagę na pozycje złe jak np.: zakwaszenie

organizmu, brak kolagenu, niedomagania serca, problemy z jelitami, problemy kostnowstawowe.” (dowód: 1901 akt adm.)

„W trakcie pokazu i badania poinformowano mnie że badania wyszły niekorzystnie, wręcz złe są wyniki i zaproponowali mi udział w sanatorium w Centrum rehabilitacji Leczniczej w Łęczeczkach.” (dowód; k. 1926 akt adm.)

„(...) badanie trwało chyba z 3 minuty, ten pan podał mi taką rurkę i kazał mi trzymać do góry, po wszystkich ludzi badaniach po godzinie przyszły wyniki badań wszystkich ludzi. Potem pani Ewelina wyznaczała po 2 osoby do pani i pana nazwiska nie wiem, zaczął mi tłumaczyć jakie mam poważne schorzenia i że muszę trafić do nich na te kąpiele to będę wyleczona tak szybko mówił że niektórych słów nie rozumiałam i tak zachwalał te kąpiele w tym Hotelu.” (dowód: k. 1958 akt adm.)

„Kobieta, która przeprowadzała u mnie badanie zaprosiła mnie i żonę do stolika obok i powiedziała nam, że jesteśmy bardzo chorzy. Przy stoliku zaproponowała nam materac, który miał nas wyleczyć.” (dowód: k. 1972 akt adm.)

„Kiedy wszyscy zostaliśmy zbadani po pewnym czasie. Zaczęliśmy ponownie dochodzić po 2 osoby kolejno do tych osób co robili badania. U nich już były wyniki. Kiedy ja podeszłam wyjął wynik była to jakaś tabela, a w nich jakieś cyfry. Nie miałam ich w rękach i nie oglądałam. Ten pan zaczął kółkami zakreślać kółka w tych tabelach. Zaczął mi mówić że mam z kręgosłupem i z sercem. Zaczął mi proponować kurację, wtedy przyszedł mój mąż, i razem siedliśmy przy stoliku.” (dowód: k. 1988 akt adm.)

„Po „badaniu”, które trwało około 5 min., pan który przeprowadzał badanie poinformował mnie o chorobach, które mi zagrażają (wymienił co najmniej 5) udar mózgu, choroby sercowo-naczyniowe, więcej nie pamiętam. Nie dostałam wyników rzekomych badań. (...) Po poinformowaniu mnie o czyhających zagrożeniach, badający zaproponował MATEĘ, która poprawi mój stan zdrowia oraz że kwalifikuję się do Sanatorium ” (dowód: k. 2050 akt adm.)

„Pan właściwie sobie przy mnie moje niby badania zakreślał wielkimi kołami. Wszystko było beznadziejnie. A najważniejsze, że w każdej chwili grozi mi wylew do mózgu. Wyszło, że cudem dotarłam na badanie. To wytrąciło mnie z równowagi.” (dowód: k. 2058 akt adm.)

„Konsumentka uczestniczyła - w zorganizowanym przez Spółkę - badaniu zdrowia. Po przeprowadzonym badaniu przedstawiciel NMedical sp. z o.o. sp.k., poinformował, że Zainteresowanej grozi wylew i zawał. Przedstawiciel Spółki zaproponował zawarcie umowy o uczestnictwo w programie medycznym obejmującej zakup maty rehabilitacyjnej Magnesilver, podkładu rehabilitacyjnego wełnianego typu II magnetycznego. Z informacji Przedstawiciela Spółki wynikało że mata uleczy choroby. Przedstawiciel spółki swoim działaniem wywołał u Zainteresowanej przeświadczenie, że jeżeli nie zakupi maty jej stan zdrowia ulegnie pogorszeniu.” (dowód: k. 2075 akt adm.)

„Z wyjaśnień udzielonych przez Konsumentkę wynikało, że pomimo użytkowania maty rehabilitacyjnej nie odczuła poprawy stanu zdrowia. Zainteresowana skonsultowała się lekarzami, którzy stwierdzili, że jej stan zdrowia nie wskazuje na zagrożenie ww.

chorobami. Konsumentka wystąpiła do NMedical sp. z o.o. sp.k. z wnioskiem o unieważnienie umowy. Pismo pozostało bez odpowiedzi.” (dowód: k. 2075 akt adm.)

„Potem zaprosił nas po 2 osoby do stolika na badanie, które polegało na przytrzymaniu około 2 minut metalowej rurki połączonej z komputerem. Po wyniki proszono nas pojedynczo do stolików porozstawianych pojedynczo po całej sali. Mężczyzna który mnie obsługiwał nastraszył mnie różnymi chorobami, że będę miała niedługo udar, że mam jakieś kwasy w wątrobie. Wystraszyłam się i zapytałam co z tym teraz robić czy iść do lekarza czy co? A on na to że już oni obejmą mnie leczeniem, że dostanę specjalną matę do spania oraz zapewnią mi sanatorium i różne zabiegi.” (dowód: k. 2116 akt adm.)

„Następnie zapraszała Pani do stolika po 2 osoby, na badanie które trwało około 2-3 minuty i polegało na trzymaniu w trzymaniu w ręce - w prawej dłoni metalowej pałki połączonej z komputerem. Później po wyniki proszono pojedynczo do stolików, które były porozstawiane w pewnej odległości od siebie. Mężczyzna który mnie obsługiwał był pod wpływem alkoholu, był czerwony na twarzy jak burak i dość niepoważnie rozmawiał stroił różne żarciki i epitety. Groził mi że mam bardzo poważne schorzenie głowy, że norma została przekroczona 3 razy że ogromna miażdżycza naczyń mózgowych które grożą udarem i Alzheimerem i zwapniona miednica i żeby to zatrzymać trzeba natychmiast działać. Ale on pójdzie jeszcze z lekarzem skonsultować ten wynik badania. Wstał od stolika i wykręcił się w kąt korytarza i po minucie wrócił do stolika.” (dowód: k. 2120 akt adm.)

„Po projekcji filmów i innych materiałów propagandowych, zostałam przebadana jakimś „cudownym” aparatem i to pseudo-badanie wykazało że grozi mi udar lub wylew a pan który je przeprowadzał oświadczył mi że jak nie kupię materaca magnetycznego to już niedługo mogę umrzeć.” (dowód: k. 2136 akt adm.)

„Wykonano pseudo badanie medyczne, włożono mi do ręki drążek chyba metalowy, później odczytano wyniki wskazujące na szereg schorzeń: osteoporoza, guz mózgu, zaawansowana miażdżycza zagrożona wylewem. Po przedstawieniu wyników badań zaproponowano wyjazd do szpitala/sanatorium celem podjęcia leczenia. Nie zgodziłam się na tą propozycję, wówczas zaproponowano mi leczenie domowe matą rehabilitacyjną. Przerażona informacją o stanie zdrowia zgodziłam się na podpisanie umowy.” (dowód: k. 2158 akt adm.)

„Rozpoczęto badanie na urządzeniu, które miało monitor do którego podłączone były przewody zakończone metalowymi raczkami które należało trzymać podczas badania. Osoba która obsługiwała sprzęt poinformowała mnie że moje wyniki są złe i powinnam starać się to poprawić. Bardzo źle przyjąłam tą wiadomość i bardzo się zmartwiłam. Następnie poproszono mnie do stolika na końcu Sali i poproszono o dowód osobisty z informacją abym się nie martwiła bo oni się mną zajmą. Wyślą na turnus rehabilitacyjny do ośrodka który wcześniej był pokazywany na ekranie.” (dowód: k. 2210 akt adm.)

„Jako pierwszą poinformowano mnie jako wykryto (rzekomo) u mnie liczne choroby było ich kilka. Byłam bardzo tymi wynikami badań zszokowana, że aż tak jestem chora (a moje samopoczucie na to nie wskazywało). Pan [usunięto] zaprosił nie do stolika omawiając wyniki badań pod wpływem chwili zgodziła się na proponowany sprzęt „materac rehabilitacyjny

wełniany typ magnetyczny”, który to ma pomóc w moich chorobach.” (dowód: k. 2263 akt adm.)

„Badanie trwało ok. 5 min. Po 10 minutach od wykonania badanie był już gotowy jakiś wydruk komputerowy którego nie otrzymałem i nie czytałem. Mężczyzna który mnie badał stwierdził iż choruję na kilka schorzeń min. serce, nerki, nadciśnienie Podobnie wykonywano badanie żony i postawiono diagnozę. Badania nie wykonywali lekarze. Nie wiem kim były osoby wykonujące badanie, bo o żadnej specjalizacji nie było mowy. Po zdiagnozowaniu chorób zalecono mi i żonie zakup maty rehabilitacyjnej, a także zalecono skorzystać z turnusu rehabilitacyjnego - nie miałem pojęcia co to jest za ośrodek i gdzie się znajduje.” (dowód: k. 2267 akt adm.)

„Badanie trwało zaledwie 5 min. Po kolejnych 10 min. od wykonania badania był już gotowy wydruk z komputera - ocena kompleksowa. Mężczyzna który mnie badał stwierdził, iż choruję na kilka schorzeń. Badania nie wykonywali lekarze bo nikogo o takim tytule nie przedstawiono. Nie wiem kim były osoby wykonujące badania, bo o żadnej specjalizacji medycznej również nie było mowy. Po badaniu zalecono i kupno maty rehabilitacyjnej a także zalecono skorzystać z turnusu rehabilitacyjnego (sanatorium) - który promowano również wizualnie po rozpoczęciu spotkania. Otrzymałam skierowanie do programu profilaktyczno-rehabilitacyjnego oraz zaleconą, rozpisaną dietę antypatogenowa” (dowód: k. 2350 akt adm.)

„Wyjaśniam że w dniu 2 sierpnia 2018 r. poddano mnie „badaniu” (badanie polegało na „badaniu z palca”) i wykazano, że mam wiele schorzeń - ryzyko wylewu, wysokiego cholesterolu, przy czym mówiono, że przemysł farmaceutyczny nas truje i tylko zabija. Natomiast dzięki zaprezentowanej macie będę mogła w ciągu pół roku odstawić leki. Pod wpływem tych informacji w obawie o własne zdrowie, zawarłam umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest trwający 36 miesięcy program medyczny.” (dowód: k. 2397 akt adm.)

„(...) Umowę uczestnictwa w Programie Medycznym nr [usunięto] z dnia [usunięto] zawartą w [usunięto] tj. poza lokalem NMedical podpisałem zupełnie nieświadomie, gdyż zostałem zastraszony licznymi ewentualnymi schorzeniami, przez co wywarło na mnie presję na zawarcie umowy stosując w moim przypadku techniki manipulacyjne.” (dowód: k. 2414 akt adm.)

„Umowę zdecydowałam się podpisać, gdyż sprzedający poinformował mnie, że cierpię na wiele schorzeń i grozi mi demencja, na którą cierpi moja niepełnosprawna matka, nad którą sprawuje wyłączną opiekę. Przeciwdziałać schorzeniom i zapobiegać ich skutkom miał w/w materac.” (dowód: k. 2417 akt adm.)

„Po badaniach indywidualnie z nami rozmawiali. Pan który zemnom rozmawiał powiedział, że za trzy lata będę miał udar i że mam słabe naczynia wężowe i niedotlenienie mózgu oraz jeszcze mówił, że mam kilka innych chorób. Wtedy namówił mnie na zakup maty rehabilitacyjnej.” (dowód: k. 2430 akt adm.)

„Po 30 minutach były wyniki, a w czasie oczekiwania wyświetlono nam efekty uzdrawiania polem magnetycznym a obsługa kolejno zapraszała nas do stolika, aby omówić wyniki. Wynik mojego badania załączam do pisma. Przy stoliku Pani wypytywała mnie na co choruję, więc jej powiedziałam że choruję na serce, jestem po dwóch zawałach, po wszczępieniu bajpasów i udarach. Następnie na wydrukowanych wynikach zakreśliła z listy możliwych dolegliwości schorzenia związane z moimi chorobami.” (dowód: k. 2441 akt adm.)

„Nadeszła nasz kolej na badanie. Siedliśmy każdy przy stole i dostaliśmy do ręki krótką rurkę połączoną przewodem z komputerem. Należało ją mocno ścisnąć i nie ruszać Trwało to około 3-4 minut. Po opisaniu badania, do czego na pewno prowadzącemu przydał się formularz wypełniony przed spotkaniem, gdzie miał wszystkie nasze problemu zdrowotne zaznaczone, poproszono nas do stolika. Oczywiście badanie wykazało wszystkie znane nam nasze choroby i dolegliwości jakie nam dokuczają. Nas obsługiwała pani prowadząca pokaz. Stwierdziła, że nie jest najlepiej z naszym zdrowiem, ale oczywiście możemy znacznie je poprawić korzystając z Programu Medycznego.” (dowód: k. 2470 akt adm.)

W ramach indywidualnych rozmów prowadzonych z konsumentami przedstawiana jest oferta Przedsiębiorcy w postaci programu medycznego, są również zawierane umowy uczestnictwa w programie, ewentualnie umowy kredytowe oraz wpłacane są zaliczki. Osoby zawierające umowy otrzymują maty rehabilitacyjne.

Konsumentowi wydawana jest również karta uczestnika programu, broszura informacyjna dotycząca programu, instrukcja użytkowania maty i materiały dotyczące diety oraz ćwiczeń. Ponadto wydawana jest książka „Terapia magnetyczna” Gloria Ventura (dowód: k. 80-86, 1139-1141, 1240-1243, 1257-1261, 1400-1406, 1423-1427, 1690, 1692, 1693, 2350, 2387-2390, 2605, 2786-2790 akt adm.).

W części przypadków wydawane jest konsumentom „skierowanie” do programu profilaktyczno-rehabilitacyjnego lub „skierowanie” na leczenie uzdrowiskowe/rehabilitację uzdrowiskową (dowód: skargi konsumentów, k. 13, 1239, 1267, 1522, 1834, 1859, 1932, 1955, 2008, 2055, 2125, 2289, 2290, 2350, 2361, 2575, 2700, 2703, 2805 akt adm.) oraz Formularz informacyjny przed turnusem sanatoryjnym (dowód: skargi konsumentów, k. 1247, 1518, 1857, 2057, 2126, 2362, 2701-2702, 2704-2705, 2806-2807 akt adm.).

SKIEROWANIE NA LECZENIE UZDROWISKOWE / REHABILITACJĘ UZDROWISKOWĄ

Nazwisko i imię \_\_\_\_\_

zamieszkała-y w \_\_\_\_\_  
kod pocztowy \_\_\_\_\_ miejscowość \_\_\_\_\_

ulica, numer domu/mieszkania \_\_\_\_\_

PESEL \_\_\_\_\_

Data pobytu sanatoryjnego \_\_\_\_\_

Ośrodek LEŻEĆCZKI

Wskaźania \_\_\_\_\_

Data 1 1 2019 rok

NMEDICAL sp. z o.o. sp.k.  
podpis osoby Ag. Andersa 7  
61-894 Poznań  
NIP 7792459231

SKIEROWANIE DO PROGRAMU PROFILAKTYCZNO REHABILITACYJNEGO

Nazwisko i imię 7  
zamieszkała-y w \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ kod pocztowy \_\_\_\_\_ miejscowość \_\_\_\_\_  
ulica, numer domu/mieszkania \_\_\_\_\_  
PESEL 1 \_\_\_\_\_  
Daty pobytu w ośrodku \_\_\_\_\_  
Ośrodek 4 E ZECCU  
Wskazania ##  
Data 2 \_\_\_\_\_ rok \_\_\_\_\_

NMEDICAL sp. z o.o. sp.k.  
Plac Andersa 2  
61-601 Poznań  
podpis 8857799493231

NMEDICAL sp. z o.o. sp. k.  
Dąbrowskiego 81/85  
60-529 Poznań  
NIP 7792459231

001857

NMEDICAL

FORMULARZ INFORMACYJNY PRZED TURNUSEM SANATORYJNYM

Dane Kuracjusza \_\_\_\_\_  
imię i nazwisko \_\_\_\_\_  
Wiek 65 lat/a    Wzrost 180 cm.    Waga 85 kg.

Zdiagnozowane schorzenia:  
POZEDMA PEUC

Przyjmowane leki na stałe:

Przebyte choroby:

Odbyte zabiegi operacyjne:

Alergie:

Nietolerancje pokarmowe:

Dieta:  mięsna     wegetariańska     wegańska

inna: \_\_\_\_\_



W toku postępowania ustalono, że pod koniec 2017 r. Przedsiębiorca rozpoczął współpracę z lekarzami. Ma on podpisane umowy z dwoma lekarzami - [usunięto] oraz [usunięto]. [usunięto] zawarła w dniu [usunięto] r. ze Spółką umowę na udzielenie świadczeń zdrowotnych klientom Spółki, zgodnie z ustalonym harmonogramem, w Centrum Rehabilitacji NovuMedical w Hotelu Łęczeczki. Zakres świadczonych usług został wskazany w załączniku nr 1 do umowy i obejmuje: leczenie kuracjuszy (pacjentów) zgodnie z postępowaniem wiedzy medycznej i technicznej w zakresie możliwości NMEDICAL, udzielanie świadczeń zdrowotnych polegających na poprawie zdrowia pacjentów, a w szczególności: badaniu i udzielaniu pomocy lekarskiej pacjentom, diagnostyce, leczeniu, sprawowaniu opieki nad pacjentami (kuracjuszami) NMEDICAL, udzielaniu (przygotowywaniu) odpowiedzi na zapytania pacjentów (kuracjuszy) NMEDICAL złożonych w ramach infolinii NMEDICAL. Ponadto, zgodnie z treścią ww. załącznika zakres świadczonych usług obejmuje: udzielania wykwalifikowanej pomocy w nagłych wypadkach i zachorowaniach w trakcie pełnienia usług medycznych zgodnie z ustalonym wcześniej harmonogramem, prawidłowe prowadzenie dokumentacji medycznej wg obowiązujących zasad, szerzenie oświaty zdrowotnej, zawiadamianie NMEDICAL o wszelkich ważniejszych wykroczeniach popełnionych przez chorych oraz przez personel, a także o wydanych przez siebie zarządzeniach. Natomiast, [usunięto] współpracuje ze Spółką od [usunięto] r. Łączy go z Przedsiębiorcą umowa na udzielanie świadczeń zdrowotnych w Centrum Rehabilitacji Leczniczej NovuMedical w Łęczeczkach oraz w Poznaniu. Zakres obowiązków obejmuje świadczenie usług na rzecz klientów Spółki zgodnie z ustalonym harmonogramem. Zakres tych usług jest podobny do wskazanych w umowie z [usunięto]. Dodatkowo, zgodnie z załącznikiem nr 1 do umowy, obowiązkiem [usunięto] jest badanie i przepisywanie odpowiednich zabiegów rehabilitacyjnych, udzielanie odpowiedzi na wszelkie pytania i potrzeby uczestników programu, w ramach infolinii medycznej NMEDICAL, przy czym zobowiązuje się on kontaktować telefonicznie z uczestnikami programu NMEDICAL na wyraźne wezwanie Spółki, a kontakt dotyczy tylko i wyłącznie problemów i pytań zgłaszanych przez uczestników programu w ramach infolinii medycznej. Ponadto, w ramach obsługi uczestników programu bezpłatnie udziela odpowiedzi na wszelkie pytania uczestników turnusu zarówno w trakcie jak i po turnusie (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy k. 1144 akt adm.; oświadczenie [usunięto], k. 1299 akt adm.; umowa na udzielenie świadczeń zdrowotnych, k. 1302-1304 akt adm.; oświadczenie [usunięto], k. 1279 akt adm.; umowa na udzielanie świadczeń zdrowotnych, k. 1280-1285 akt adm.; oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.; dowód: oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1684 akt adm.).

W dniu 13 października 2017 r. Spółka została wpisana przez Wojewodę Wielkopolskiego do rejestru podmiotów wykonujących działalność leczniczą (dowód: pismo dyrektora Wydziału Zdrowia Urzędu wojewódzkiego z dnia 2 lutego 2018 r., k. 1306-1312 akt adm.).

W toku postępowania Przedsiębiorca oświadczył, że miesięcznie organizuje ok. [usunięto] spotkań (dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1681 akt adm.).

Do dnia 25 października 2018 r. Spółka zawarła z konsumentami [usunięto] umów (dowód: oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 2538 akt adm.). Łączny przychód uzyskany przez Spółkę w 2017 r. wyniósł [usunięto] zł (dowód: rachunek zysków i strat Przedsiębiorcy, k. 2065 akt adm.).

## Ocena prawna ustalonych faktów

Stosownie do przepisu art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

Należy podkreślić, że w rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu podjął ingerencję w następstwie analizy licznych skarg konsumentów na działania Spółki oraz zawiadomień miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów informujących o podejrzeniu stosowania przez Spółkę zakazanych przez ustawę praktyk. W otrzymanych pismach w tożsamy sposób opisano zachowanie Spółki względem konsumentów przed zawarciem umów oraz po ich zawarciu w zakresie respektowania prawa do odstąpienia od umowy. Wiele skarg i pism Prezes Urzędu otrzymał także w trakcie prowadzonego postępowania. W opinii Prezesa Urzędu, skala otrzymanych sygnałów i wynikający z nich obraz praktyk Spółki świadczą o publicznoprawnym charakterze niniejszej sprawy, która wymaga ochrony interesów wszystkich konsumentów, którzy są lub mogą stać się klientami Spółki tj. zawrzeć z nią umowy. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Przedsiębiorcy, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest bowiem spółką prawa handlowego wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą, polegającą na oferowaniu udziału w organizowanym przez siebie programie. W konsekwencji powyższego, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne

jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa<sup>3</sup>. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Spełnienie przesłanki bezprawności wykazane zostanie odrębnie dla każdej z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie natomiast łącznie, z uwagi na zbliżony charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych prowadzonym postępowaniem.

## 1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również *stricte* ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorcy dotknięty mógł zostać nieoznaczony

---

<sup>3</sup> Por. Komentarz do art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji [w:] J. Szwaia (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz. Wyd. 4, Warszawa 2016, Nb. 57, Legalis.

z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których kieruje on zaproszenia na pokazy oferowanych przez siebie produktów i usług oraz którym następnie oferuje ich zakup. Wskazać należy, że praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę są w szczególności kierowane do osób cechujących się różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi w przedziale wiekowym od 40/45 do 80 roku życia. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki nie dotyczą jednak zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie na prezentację mogła zostać zaproszona każda osoba w wieku od 40/45 do 80 lat. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Przedsiębiorca występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna. W konsekwencji uznać należy, iż w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa konsumentów może skorzystać z oferty Przedsiębiorcy i wziąć udział w organizowanym przez niego spotkaniu.

Zarzucone Spółce praktyki mogą naruszać pozaekonomiczne i ekonomiczne interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, na etapie zawierania umowy oraz na etapie wykonywania umowy. Praktyka z pkt I sentencji decyzji może godzić przede wszystkim w prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o rzeczywistym celu zaproszenia. Sugerowanie, że przedmiotem prezentacji są bezpłatne badania może wprowadzać konsumenta w błąd. Takie informacje mogą uniemożliwić konsumentowi podjęcie świadomej decyzji co do wzięcia udziału w wydarzeniu. Druga z przypisanych Spółce również godzi w prawo konsumentów do uczestnictwa w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Sugerowanie konsumentom schorzeń i przedstawianie im możliwych terapii może wpływać na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, z czym związane są określone skutki finansowe, wynikające z faktu zawarcia tej umowy. Negatywny wpływ na interesy konsumentów może wywierać także trzecia z przypisanych Spółce praktyk. Wskutek odmowy uznania prawa do odstąpienia od umowy, konsument może kontynuować umowę ze Spółką, co może wpływać na jego ekonomiczne interesy.

Nie ma zatem wątpliwości, że działania Przedsiębiorcy naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

## **2. Sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami**

Artykuł 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, ale powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. sygn. akt III SZP 3/2006 wskazał, że za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta (...). Zachowania takie stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów.*

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07).

O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001). Podobne argumenty przywołał SOKiK w uzasadnieniu wyroku z dnia 18 września 2015r. sygn. akt XVII AmA 110/12 podnosząc, że *bezprawność praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może przejawiać się zarówno w działaniu sprzecznym z prawem lub zasadami współżycia społecznego (bezprawność sensu stricto, por. art. 58 k.c.), jak i z dobrymi obyczajami (bezprawność sensu largo)*. Innymi słowy, *bezprawność oznacza sprzeczność z porządkiem prawnym, rozumianym jako nakazy i zakazy wynikające zarówno z normy prawnej, jak również z zasad współżycia społecznego, dobrych obyczajów. Bezprawnym zachowaniem będzie więc takie, które stanowi obiektywne złamanie określonych reguł postępowania. W ujęciu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sprzeczność z prawem należy zatem rozumieć szeroko, nie tylko w kategoriach zachowań sankcjonowanych przez prawo, w tym także przepisów wyznaczających granice korzystania ze swobody umów.*

Przedsiębiorcy zarzucono stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 u.o.k.k. polegających na godzących w zbiorowe interesy konsumentów bezprawnych działaniach, mających postać nieuczciwych praktyk rynkowych. Nadto, Prezes Urzędu zarzucił Przedsiębiorcy stosowanie praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ww. ustawy, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W pierwszym zatem przypadku bezprawność jest skutkiem naruszenia przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w drugim zaś wynika z naruszenia przepisów ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.

## **2.1. Nieuczciwe praktyki rynkowe**

W pkt I i II sentencji zarzucono Przedsiębiorcy stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust 1 i 2 pkt. 3 u.o.k.k. polegających na godzących w zbiorowe interesy konsumentów bezprawnych działaniach mających postać nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 3 u.p.n.p.r., stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki wprowadzające konsumentów w błąd są związane bezpośrednio z promocją i sprzedażą oferowanych konsumentom produktów znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W myśl art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 u.p.n.p.r., wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ustawy.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 u.p.n.p.r.) jak i zaniechaniu (art. 6 u.p.n.p.r.). Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r.). Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w u.p.n.p.r. jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się



w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany<sup>4</sup>.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, zwrócić należy uwagę, że Przedsiębiorca kieruje zaproszenia na organizowane przez siebie spotkania do osób powyżej 40/45 roku życia. Jednocześnie przyjęta przez Przedsiębiorcę formuła zapraszania na bezpłatne badania oraz charakter oferowanego asortymentu - program medyczny obejmujący m.in. matę rehabilitacyjną i pobyt w hotelu wraz z zabiegami, które to są dedykowane dla osób z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, każe twierdzić, że stosowane praktyki są skierowane przede wszystkim do osób z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi.

Wobec powyższego za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby po 40 roku życia, cechujące się różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi.

### **2.1.1. Praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji**

Przepis art. 6 ust. 1 u.p.n.p.r. stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 6 ust. 3 pkt. 2 u.p.n.p.r.).

Ustawa jednocześnie przewiduje definicję legalną pojęcia „decyzji dotyczącej umowy”, przez co należy rozumieć podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 7 u.p.n.p.r.).

Z ustaleń Prezesa Urzędu poczynionych w toku prowadzonego postępowania wynika, że Przedsiębiorca na organizowane pokazy zaprasza potencjalnych klientów drogą telefoniczną, przy wykorzystaniu zewnętrznego telemarketingu. Aktualnie Przedsiębiorca wykorzystuje również zaproszenia w postaci druków bezadresowych, które są kolportowane do skrzynek pocztowych.

Przed przedstawieniem szczegółowych rozważań w kwestii stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki zarzuconej w pkt I sentencji decyzji, wymaga podkreślenia, że specyfika działalności Przedsiębiorcy, wynikająca z faktu posługiwania się podmiotami trzecimi przy zapraszaniu telefonicznym i pisemnym konsumentów na organizowane przez niego spotkania, w żadnej mierze nie wpływa na możliwość przypisania Przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Istotne jest bowiem to, że podmioty trzecie

---

<sup>4</sup> Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51.

działają w imieniu i na rzecz Przedsiębiorcy, co wynika z zawartych umów regulujących wzajemną współpracę w tym zakresie.

Jak już wskazano Spółka zawarła pisemną umowę o świadczenie usług telemarketingowych jedynie z [usunięto], natomiast w pozostałym zakresie zawarła umowy ustne. Zgodnie z § 1 ust. 5 umowy z dnia [usunięto] r., zawartej między Przedsiębiorcą a [usunięto], przed złożeniem zamówienia Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć w wersji elektronicznej wszelkie materiały, niezbędne dla opracowania kampanii marketingowej, w tym opracowania dot. towarów, aktualną ofertę, hasła marketingowe, koncepcje, prezentacje (*dowód: umowa o świadczenie usług telemarketingowych, k. 1029 akt adm.*). Postanowienie to wyraźnie wskazuje, że to Przedsiębiorca był zobowiązany przekazać wszelkie materiały niezbędne dla opracowania kampanii marketingowej.

Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że Spółka zapewniła sobie także bezpośredni, realny i szeroki wpływ na to, jak wyglądać ma proces zapraszania na spotkania. W toku postępowania firmy współpracujące z Przedsiębiorcą przekazywały zgodne informacje, co do wkładu Przedsiębiorcy w treść zaproszeń. Stosownie do przekazywanych wyjaśnień, Przedsiębiorca miał pełen wpływ na cały proces i w każdym momencie mógł wprowadzać zmiany w realizowanych kampaniach, a realizacja zasad była sprawdzana i akceptowana przez Spółkę (*dowód: oświadczenie [usunięto], k. 411, k. 999-1000 akt adm.; oświadczenie Przedsiębiorcy, k. 984, 1037 akt adm.; umowa o świadczenie usług telemarketingowych, k. 1028-1034 akt adm.; oświadczenie [usunięto] prowadzącego działalność pod nazwą [usunięto], k. 1487 akt adm.; oświadczenie prokurenta [usunięto], k. 1640-1641 akt adm.*). Wynika to również z treści oświadczenia złożonego w toku kontroli Przedsiębiorcy przez [usunięto]. Wskazał on, że „Zaprasza się albo „na upominek” albo „na badanie” (*dowód: oświadczenie osoby zarządzającej Spółką [usunięto], k. 1682-1683 akt adm.*).

Z zebranego w sprawie materiału wynika również, że Przedsiębiorca był świadomy potencjalnych nieprawidłowości (sam zwracał się z prośbą o udostępnienie nagrań do [usunięto]), ale nie podjął stosownych działań zmierzających do modyfikacji sposobu zapraszania konsumentów na spotkania oraz nie wyciągnął wobec ww. podmiotów żadnych konsekwencji (*dowód: oświadczenie pracownika Przedsiębiorcy [usunięto], k. 1680 akt adm.*). Podkreślenia wymaga przy tym, że na podstawie postanowień zawartej pisemnej umowy Spółka miała możliwość zareagowania, w sytuacji gdy kontrahent nie wykonywał swoich obowiązków należycie, np. poprzez zgłoszenie zastrzeżeń czy poprzez wypowiedzenie umowy.

Niezależnie od tego, czy w umowach Spółka uregulowała bardziej lub mniej szczegółowo obowiązki podmiotów z nią współpracujących w zakresie zapraszania konsumentów na prezentacje handlowe Spółki to trzeba zauważyć, że podmioty te nie podejmują wobec konsumentów żadnych czynności faktycznych ani prawnych w swoim imieniu i na swoją rzecz. Przedsiębiorca ponosi tym samym odpowiedzialność za działania podmiotów z nim współpracujących w zakresie zapraszania konsumentów na prezentacje handlowe podejmowane na podstawie zawartych umów. To do Przedsiębiorcy należy ocena, a w dalszej kolejności zapewnienie, aby podmioty z nim współpracujące w zakresie świadczenia usług telemarketingowych wykonywały prawidłowo przewidziane między stronami obowiązki.

W konsekwencji, działania i zaniechania podmiotów z którymi Spółka współpracowała w zakresie zapraszania konsumentów na prezentacje handlowe muszą być potraktowane jako działania i zaniechania Spółki. Przedsiębiorca może zatem w przedmiotowej sprawie odpowiadać za stosowanie zakwestionowanych praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, opisaną powyżej w punkcie I sentencji decyzji.

Zarzucona Przedsiębiorcy praktyka polega na nieujawnianiu w kierowanych do konsumentów zaproszeniach na prezentacje oferowanych towarów oraz w toku samych prezentacji handlowego ich celu, przy jednoczesnym sugerowaniu konsumentom, że przedmiotem prezentacji są bezpłatne badania.

Z analizy zebranego w sprawie materiału dowodowego wyłania się określony, powtarzający się schemat zachowań telemarketerów, którzy przekazują konsumentom podobne informacje. Z treści uzyskanego w toku prowadzonego postępowania nagrania wynika, że telemarketerzy proponując udział w prezentacjach oferowanych przez Spółkę produktów, informują konsumentów, że istnieje możliwość skorzystania z bezpłatnych badań profilaktycznych osteoporozy, układu krążenia, chorób reumatycznych organizowanych przez instytut medyczny Promomedi. Z ustaleń opartych na skargach wpływających od konsumentów wynika również, że telemarketerzy sugerują w rozmowach, że będzie to m.in. badanie rezonansem magnetycznym, badanie analizatorem rezonansu magnetycznego, kompleksowe badanie komputerowe, czy komputerowe badanie mikrofalami. Cała rozmowa jest podporządkowana wyżej wskazanemu celowi. Telemarketerzy rezerwują miejsce zapraszanej osobie tak, aby mogła wejść bezpłatnie i bez kolejki. Konsumentom są również informowani o przeciwwskazaniach do badania oraz że po badaniu będzie odczytany wynik, który zabiera się potem do domu. Telemarketerzy nie informują przy tym, że owe „badania” mają charakter komercyjny, a w ich toku będzie prowadzona prezentacja oferowanych przez Przedsiębiorcę produktów.

Zwrócić należy uwagę, że z informacji przekazywanych przez konsumentów i rzeczników konsumentów oraz z treści uzyskanego nagrania stanowiącego zaproszenie na spotkanie organizowane przez Przedsiębiorcę w sposób jednoznaczny wynika, że konsumentom nie są informowani o rzeczywistym, handlowym charakterze organizowanych przez Przedsiębiorcę spotkań. Przekaz zawarty w zaproszeniach oparty jest na niekomercyjnych walorach wydarzenia, podkreślana jest możliwość uzyskania przez konsumenta określonej korzyści w postaci wzięcia udziału w bezpłatnych badaniach czy uczestnictwa w spotkaniu o tematyce prozdrowotnej. Telemarketerzy w toku całej rozmowy nie informują jaki jest faktyczny przedmiot organizowanych przez Spółkę „badań”.

Przy ocenie omawianych działań Spółki należy zwrócić również uwagę na formę przekazu informacji, tj. zaproszenia na badanie podczas rozmowy telefonicznej. Wykorzystanie środka porozumiewania się na odległość wiąże się w tym wypadku z określonym elementem zaskoczenia konsumenta. Wymusza też praktycznie natychmiastową akceptację złożonej propozycji, jeśli konsument chce skorzystać z bezpłatnych badań. W tych okolicznościach konsument nie ma czasu potrzebnego na zastanowienie i szczegółową analizę przekazanych mu informacji. Należy przy tym uwzględnić, że rozmowy telefoniczne są krótkie i nie przekraczają z reguły kilku minut, co powoduje, że czas reakcji konsumenta jest skrócony. W opinii Prezesa Urzędu, przekaz wynikający z rozmów telefonicznych jest jednoznaczny dla przeciętnego konsumenta - konsument może skorzystać z oferty darmowych badań. W niniejszym przypadku przeciętny konsument nie ma możliwości ustalenia, że przekazane

informacje nie są kompletne, a propozycja badań, to w istocie propozycja uczestnictwa w pokazie o celu handlowym.

Podobny charakter mają także zaproszenia kolportowane z wykorzystaniem druków bezadresowych. Ekspozowana jest w nich informacja o bezpłatnym badaniu, które będzie prowadzone pod kątem pracy układu krążenia, funkcji przewodu pokarmowego, wątroby i pęcherzyka żółciowego, chorób reumatycznych, kości i osteoporozy oraz alergenów, toksyn i metali ciężkich. Informacja o komercyjnym celu „badań” jest w ogóle pomijana lub zamieszczana na samym dole zaproszenia, w sposób bardzo ogólny, bez wskazania, że będzie prowadzona w jego trakcie sprzedaż. Oferowane przez Spółkę badania mają być przeznaczone dla osób po 45 roku życia (z zebranych w toku postępowania informacji wynika, że zakres wiekowy osób mogących wziąć udział w badaniach był różnie określany, zazwyczaj był to przedział pomiędzy 40 a 80 rokiem życia).

Analogiczne zaniechanie ma miejsce w czasie samego pokazu, w trakcie którego Przedsiębiorca podtrzymuje błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o celu spotkania. W toku postępowania ustalono, że Spółka prezentacjom nadaje się formę badań medycznych, a handlowcy przedstawiają się konsumentom jako diagności. Na sali pokazowej rozstawione są książki związane z zdrowiem i dietą oraz przygotowany jest model ludzkiego kręgosłupa. Pokaz poprzedza rejestracja osób przybyłych na badania, w trakcie której konsumenci podają m.in. swoje dane osobowe, wiek i wagę, a następnie są wprowadzani na salę, gdzie zajmują wskazane miejsca. Po wprowadzeniu na salę konsumenci są przygotowywani do „badania”, które ma za chwilę mieć miejsce. Uczestnikom pokazu wskazuje się na czym będzie polegało badanie, poleca się zdjęcie metalowych przedmiotów oraz wyłączenie telefonów komórkowych z uwagi na to, że mogą zakłócać pracę urządzenia podczas badania. Konsumentom wskazuje się również, że otrzymają wyniki z przeprowadzonych badań w tradycyjnej formie diagnostycznej, a norma będzie dostosowana do wagi i otłuszczenia organizmu badanej osoby. Uczestnicy spotkania są ponadto informowani, że w zależności od wyników zostaną podzieleni na dwie grupy (wyniki dobre, których nie trzeba omawiać oraz wyniki słabsze, które będą omawiane) oraz że przeciwskazaniem do badań jest m.in. rozrusznik serca, zastawka magnetyczna oraz ciąża.

Po wstępnych czynnościach rozpoczyna się właściwy pokaz, w toku którego prezentowana jest działalność Spółki oraz zbawienne działanie pola magnetycznego, co jest podyktowane koniecznością oczekiwania na wynik badania. W toku pokazu konsumenci, po dwie osoby, są proszeni na tył sali w celu przeprowadzenia badania. Po przeprowadzeniu badania wszystkich przybyłych osób oraz po zakończeniu prezentacji, wyniki są dzielone na dwie grupy (dobre, które nie muszą być omawiane oraz te które powinny być omówione). W pierwszej kolejności są wyczytywane nazwiska uczestników z dobrymi wynikami, którzy je odbierają i wychodzą, następnie wyczytywane są wyniki osób pozostałych na sali, które są zapraszane do diagnozowania i omówienia wyników w ramach indywidualnych konsultacji, podczas których pracownicy Spółki dokonują analizy wydruków - „ocen kompleksowych”, diagnozują na tej podstawie stan zdrowia uczestników pokazu oraz następnie przedstawiają ofertę udziału w programie medycznym. Błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o charakterze spotkania może wzmacniać fakt, że w części przypadków osobom, które zdecydowały się na zawarcie umowy z Przedsiębiorcą wydawane jest „skierowanie” do programu profilaktyczno-rehabilitacyjnego lub skierowanie na leczenie uzdrowiskowe/rehabilitację uzdrowiskową, którego autorem jest Przedsiębiorca, materiały dotyczące diety antypatogenowej i książka o zaletach terapii magnetycznej.

Co istotne, z poczynionych w toku postępowania ustaleń wynika, że osoby prowadzące pokazy organizowane przez Spółkę nie są lekarzami, a jej przedstawicielami handlowymi.

Z przedstawionych wyżej okoliczności wynika, że o tym jaki jest cel spotkania uczestnik dowiaduje się dopiero w momencie konsultowania wyników przez pracowników Spółki, kiedy to jest mu przedstawiana oferta Przedsiębiorcy w postaci „programu medycznego”, jako remedium na wykryte choroby. Natomiast wszystkie wcześniejsze działania Przedsiębiorcy nakierowane są na wywołanie lub utrzymanie błędnego przekonania u konsumenta, że nie będzie uczestniczył on w pokazie handlowym, a w niekomercyjnych badaniach w trakcie których będzie mógł poznać swój stan zdrowia. Bez wątplenia takie zachowanie Przedsiębiorcy wprowadza przeciętnego konsumenta w błąd co do charakteru wydarzenia, w którym ma uczestniczyć i nie pozwala mu na zorientowanie się w jego rzeczywistym celu. Tymczasem, mając na względzie zgromadzony w toku sprawy materiał dowodowy, nie może ulegać wątpliwości, że Przedsiębiorca organizuje spotkania w zamiarze przedstawienia swojej oferty handlowej w postaci ww. „programu medycznego”. Zdaniem Prezesa Urzędu, przekazywana konsumentom informacja o organizowaniu bezpłatnych badań stanu zdrowia czy spotkania o tematyce prozdrowotnej, ma na celu zachęcić konsumentów do przyścia na spotkanie i tym samym ma umożliwić przedstawienie oferty Spółki.

Należy w tym miejscu zwrócić uwagę na stanowisko literatury, zgodnie z którym, na etapie przedkontraktowym profesjonalista ma obowiązek dostarczenia konsumentowi jasnej informacji, która zapewni mu podjęcie świadomej decyzji dotyczącej umowy. Wyłącznie bowiem posiadanie przez konsumenta czytelnej informacji pozwala mu na dokonanie świadomego wyboru, który jest daleki od zniekształceń. Jednocześnie podkreśla się, że w każdym wypadku, gdy intencją profesjonalisty jest komercyjny cel praktyki rynkowej, ma on obowiązek poinformowania o tym konsumenta już w momencie pierwszego kontaktu. Brak informacji w tym przedmiocie prowadzi bowiem do tego, że konsument dokonuje oceny praktyki rynkowej w całkowitym oderwaniu od jej komercyjnego charakteru. Nie jest on świadomy charakteru stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki. Następuje w związku z tym pozbawienie konsumenta prawa do dokonania właściwego wyboru rynkowego, który powinien nastąpić w warunkach pełnej świadomości rodzaju kierowanego do niego przekazu<sup>5</sup>.

Z okoliczności niniejszej sprawy wynika, że pierwszy kontakt konsumentów z Przedsiębiorcą następuje w chwili skierowania do nich telefonicznego, a obecnie także pisemnego zaproszenia na organizowane pokazy. Co istotne, Przedsiębiorca kierując do konsumentów zaproszenia nie informuje ich w sposób jasny i rzetelny, że organizowane przez niego spotkania mają charakter komercyjny. Przedsiębiorca w zaproszeniach unika sformułowań mogących kojarzyć się jednoznacznie z pokazem, czy też z prezentacją handlową i które pozwalałyby konsumentom zorientować się w rzeczywistym celu kierowanych do nich zaproszeń. Jednocześnie zapraszając na pokaz Przedsiębiorca podkreśla niekomercyjne walory związane z przybyciem na organizowane przez Przedsiębiorcę wydarzenie, tj. możliwość bezpłatnego uczestniczenia w przeprowadzeniu badania stanu zdrowia. Podkreślenia również wymaga, że Spółka zapraszając konsumentów na organizowane przez siebie bezpłatne badania, nie wskazuje, że chcąc poznać ich wyniki, konsumenci będą musieli uczestniczyć w spotkaniu handlowym, podczas którego prezentowana będzie oferta Spółki.

---

<sup>5</sup> Por. M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008, s.150-152.

Konsumenci korzystający z propozycji Przedsiębiorcy, co do zasady nie mogą zdawać sobie sprawy, że w rzeczywistości udają się na pokaz handlowy mający na celu przedstawienie im aktualnej oferty Przedsiębiorcy. Poznanie rzeczywistego celu zaproszenia uniemożliwia im zarówno forma, jak i treść kierowanych do nich zaproszeń. Konsumentom przedstawia się bowiem *de facto* propozycję udziału w niekomercyjnym wydarzeniu, które, zgodnie z przekazem zawartym w zaproszeniu, ma być bezpłatnym badaniem stanu zdrowia. Również przebieg samego spotkania jest skonstruowany w taki sposób, aby konsumenta utwierdzać w błędnym przekonaniu co do charakteru wydarzenia, w którym uczestniczy (rejestracja na badanie, przygotowanie do badania, skierowanie na turnus, zakwalifikowanie się do programu i leczenia itd.).

Z uwagi na powyższe należy stwierdzić, że okoliczności, jakie towarzyszą przekazaniu konsumentom zaproszeń na organizowane przez Przedsiębiorcę pokazy oraz przebieg samych prezentacji, wprowadzają konsumentów w błąd i nie pozwalają przeciętnemu konsumentowi na zorientowanie się w rzeczywistym ich celu. Powyższe niewątpliwie ma wpływ na zniekształcenie przedkontraktowego zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Opisane zaniechanie, bezsprzecznie może zatem wpływać na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy. W rozpatrywanej sprawie decyzja dotycząca umowy może polegać np. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta propozycją Spółki i kontynuowaniu rozmowy telefonicznej, aby uzyskać informacje o badaniach, wyrażeniu zgody na udział w spotkaniu i podpisaniu umowy zapewniającej mu, jak przypuszcza, poprawę stanu zdrowia. Bez znaczenia pozostaje przy tym okoliczność, czy i w jakim ewentualnie stopniu konsument może zweryfikować otrzymane informacje w inny sposób. Kluczowe znaczenie ma wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór przekazu Spółki w chwili zapoznania się z nim. W okolicznościach niniejszej sprawy, w ocenie Prezesa Urzędu, tylko podanie przez Przedsiębiorcę rzetelnej i pełnej informacji o handlowym celu zaproszeń oraz jedynie przeprowadzenie prezentacji w sposób umożliwiający zorientowanie się w handlowym jej celu, pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi na podjęcie obiektywnej decyzji dotyczącej ewentualnego udziału w takiej prezentacji oraz podjęcia neutralnej decyzji co do ewentualnego zakupu oferowanego im programu. Właściwe wydaje się twierdzenie, że konsument rzetelnie poinformowany o rzeczywistym celu organizowanych przez Przedsiębiorcę badań, mógłby zrezygnować z udziału w nich i to właśnie z uwagi na ich komercyjny charakter lub z dużo większą ostrożnością podejmowałby decyzję o dokonaniu ewentualnej transakcji w ich toku.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane zaniechania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 2 u.p.n.p.r. Uwzględniając, że działania te naruszają także zbiorowy interes konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu, działając na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.

### **2.1.2. Praktyka opisana w pkt II sentencji postanowienia**

Zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie

przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.) i może dotyczyć rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień (art. 5 ust. 3 pkt 6 u.p.n.p.r.).

Ustawa jednocześnie przewiduje definicję legalną pojęcia „decyzji dotyczącej umowy”, przez co należy rozumieć podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 7 u.p.n.p.r.).

Przypisana Przedsiębiorcy praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia poprzez przekazywanie (po przeprowadzeniu badań) informacji dotyczących możliwych schorzeń oraz zaleceń co do sugerowanej terapii wykrytych schorzeń, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę, w sytuacji wykonywania badań przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym.

Z okoliczności niniejszej sprawy wynika, że badanie wykonywane konsumentom podczas spotkania jest przeprowadzane kwantowym analizatorem Quantum, który ma wykrywać zmiany za pomocą elektromagnetycznych fal emitowanych przez komórki ciała poprzez sensor trzymany w dłoni. Analizator jest obsługiwany przez pracowników Przedsiębiorcy, którzy przeszli wewnętrzne szkolenie obsługi ww. urządzenia i nie posiadają wykształcenia o charakterze medycznym. Pracownicy ci są przedstawiani przez prowadzącego pokaz jako diagności. Samo badanie polega na trzymaniu w ręce przez ok. 1 - 1,5 minuty sondy pomiarowej, która jest podłączona do komputera, po czym automatycznie generowany jest całościowy raport o nazwie „Ocena kompleksowa”, który wskazuje szereg wyników pacjenta wraz z odniesieniem do poziomu normy i zaleceniami ekspertów. Z ustaleń wynika, że normy do których porównywane są wyniki konsumenta nie odwołują się do konkretnych jednostek, a zalecenia ekspertów nie są jednolite dla danego rodzaju zaburzeń i w zależności od wydruku ulegają zmianie. Zalecenia odnoszą się głównie do zaleceń żywnościowych, a w niektórych przypadkach oprócz zaleceń żywieniowych wskazywana jest magnetoterapia lub pole magnetyczne. Podkreślenia wymaga, że dane, które znajdują się w ww. zakładce „Zalecenia ekspertów” nie są trwale zapisane i mogą być one dowolnie modyfikowane poprzez panel „ustawienia”. Istotnym jest że pierwotne dane, które są zapisane na urządzeniu w ramach tej zakładki odnoszą się wyłącznie do zaleceń dietetycznych ewentualnie zaleceń zwiększenia aktywności fizycznej, natomiast nie zawierają danych dotyczących magnetoterapii.

W trakcie przeprowadzania badań oraz w oczekiwaniu na wyniki konsumentów są zapraszani do udziału w prelekcji podczas, której przedstawiane są zalety stosowania zmiennego pola magnetycznego w leczeniu różnych schorzeń oraz działalność Spółki. W trakcie prelekcji prezentowane są fragmenty ogólnopolskich programów informacyjnych dotyczące tematyki



pozytywnych rezultatów terapii polem magnetycznym.

Po zakończeniu badań i prelekcji konsumenci, których wyniki nie były dobre są zapraszani na indywidualne konsultacje otrzymanych wyników. Pracownicy Spółki interpretują wyniki z przeprowadzonego w trakcie pokazu badania, zwracając szczególną uwagę na bardzo ciężkie i poważne choroby wykryte w trakcie badań czy zagrożenie takimi chorobami w niedalekiej przyszłości, jednocześnie wskazując, że istnieje szansa na wyleczenie/uniknięcie zagrożenia, a pomoc w tym ma oferowana przez Przedsiębiorcę mata rehabilitacyjna lub/i pobyt w Centrum Rehabilitacji w Łęczeczkach.

Podkreślić należy, że używany przez Przedsiębiorcę do diagnostyki analizator Quantum nie jest wyrobem medycznym i brak jest badań klinicznych potwierdzających jego skuteczność oraz wiarygodność wyników otrzymanych z jego użyciem. Ponadto, pracownicy Spółki nie są lekarzami i legitymują się jedynie wewnętrznym szkoleniem z obsługi ww. urządzenia, a w konsekwencji nie są w stanie dokonać prawidłowej diagnozy stanu zdrowia. Przedstawianie osób przeprowadzających badanie jako diagnostów, pomimo że nie mają one odpowiedniego przygotowania medycznego oraz analizatora jako urządzenia diagnostycznego pomimo że nie ma on takich właściwości, utrudnia przeciętnemu konsumentowi możliwość oceny wiarygodności badania i otrzymanych wyników. Zdaniem Prezesa Urzędu, w ustalonych okolicznościach przeciętny konsument polega w głównej mierze na informacjach ustnych, które otrzymuje bezpośrednio od osoby uznawanej przez niego za fachowca, po przeprowadzeniu profesjonalnego - jego zdaniem - badania. Uwzględniając przebieg całego spotkania, w tym m.in. powoływanie treści programów telewizyjnych wskazujących na sukcesy terapii stosowanej przez Spółkę, uzasadnione jest uznanie, że stopień uwagi i ostrożności przeciętnego konsumenta w tej sytuacji może być niższy niż przeciętny. Kierując się treścią otrzymanych do tej pory informacji przeciętny konsument może zakładać, że przekazywane mu informacje są prawdziwe. Przeciętny konsument działa w zaufaniu do osoby, która wyraża troskę o jego zdrowie. Nie jest na tyle uważny i ostrożny, aby np. zweryfikować otrzymane informacje dotyczące stanu swojego zdrowia i zaleconych metod terapii.

Co więcej, wskazywanie w zakładce „Zalecenia ekspertów” znajdującej się na wydrukach badań magnetoterapii czy pola magnetycznego może wywołać u konsumenta przeświadczenie o tym, że jest to rzeczywista zalecana terapia wskazana dla niego. Powyższe może również uwiarygadniać w oczach konsumenta informacje przekazywane w toku prelekcji o zaletach i właściwościach pola magnetycznego.

Na odbiór przekazu Spółki przez przeciętnego konsumenta niewątpliwie wpływa też informacja o rodzaju wykrytych u niego chorób. Z licznych skarg konsumentów zgromadzonych w toku postępowania wynika, że przedstawiciele Spółki informują konsumentów o występowaniu u nich, bądź ryzyku wystąpienia bardzo poważnych schorzeń, stanowiących realne zagrożenie życia. Konsumenci podkreślali, że w wyniku uzyskanych informacji o złym stanie zdrowia czuli silne emocje takie jak zagrożenie i strach o własną kondycję. Informacja o groźących im chorobach lub wykrytych schorzeniach była dla nich często szokująca, co również niewątpliwie wpływało na obniżenie uwagi i ostrożności. Konsumenci sygnalizowali, że przedstawienie w takim momencie przez pracownika Spółki, że skuteczne wyleczenie czy zapobiegnięcie wykrytym chorobom jest możliwe z pomocą maty rehabilitacyjnej czy zabiegów rehabilitacyjnych powodowało, że wydawało się im, że jest to dla nich jedyne rozwiązanie i decydowali się na podpisanie umowy z Przedsiębiorcą.

Nie bez znaczenia jest także powoływanie się przez Spółkę w trakcie prelekcji na autorytety naukowe oraz na sukcesy magnetoterapii prezentowane np.: w telewizyjnych programach informacyjnych.

Z analizy otrzymanych skarg i pism wynika, że Spółka stosuje określony powtarzalny mechanizm działania. Przeprowadzone badania, jak również przekazywane w trakcie prelekcji oraz w rozmowach indywidualnych informacje, mają uwypuklać zły stan zdrowia konsumentów i stworzyć u nich przeświadczenie, że realną szansą na wyzdrowienie jest udział w programie medycznym oferowanym przez Przedsiębiorcę.

Wprowadzenie w błąd polega na zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej transakcji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy<sup>6</sup>.

Z uwagi na powyższe należy stwierdzić, że całokształt okoliczności jakie towarzyszą badaniu, a następnie przekazywaniu przez pracowników Spółki informacji o złym stanie zdrowia konsumentów powodują, że nawet przeciętny, dostatecznie poinformowany i uważny konsument, może poczuć się zaskoczony i przestraszony przekazaną informacją o wykrytych oraz groźących chorobach. Chcąc zapobiec bądź wyleczyć się ze schorzenia, może przy tym ulec sugestii pracowników Przedsiębiorcy, że jest to możliwe poprzez udział w programie medycznym organizowanym przez Spółkę i w efekcie zawrzeć umowę z Przedsiębiorcą.

Konsumenci korzystający z propozycji Przedsiębiorcy, co do zasady nie mogą zdawać sobie sprawy, że w rzeczywistości badanie a następnie przekazanie konsumentowi informacji o jego złym stanie zdrowia stanowią w rzeczywistości element pokazu, którego celem jest skłonienie konsumentów do skorzystania z oferty Przedsiębiorcy i tym samym zwiększenie sprzedaży.

Nie bez znaczenia dla sprawy pozostaje również to, że w trakcie prezentacji przedstawiany jest szereg informacji o leczniczym działaniu pola magnetycznego na wiele chorób, które są popierane fragmentami pochodzącymi z ogólnopolskich wydań programów informacyjnych, co łącznie z przekazanymi podczas omawiania wyników informacjami co do złego stanu zdrowia konsumenta oraz potencjalnej zalecanej terapii, często w formie magnetoterapii, również silnie wpływa na podjęcie przez konsumenta decyzji o zawarciu umowy, której mógłby nie podjąć, jeśli ww. informacje nie zostałyby mu przekazane lub gdyby mógłby je zweryfikować np. badaniami lekarskimi.

Zdaniem Prezesa Urzędu, dla oceny kwestionowanego działania Przedsiębiorcy kluczowe jest przedstawianie osób przeprowadzających badanie jako diagnostów, pomimo, że nie mają one odpowiedniego przygotowania medycznego ani nie są lekarzami. Niewątpliwie dodatkowo utrudnia to konsumentom możliwość oceny wiarygodności badania, otrzymanych wyników i przedstawionej na ich podstawie interpretacji stanu zdrowia konsumentów, których, w ocenie Prezesa Urzędu, nie można uznać za wiarygodną diagnozę czy badania o charakterze medycznym. Ponadto, pracownicy Spółki jeszcze przed indywidualną rozmową sugerują konsumentom, że cierpi on na jakieś schorzenia oraz że jego stan zdrowia jest zagrożony, poprzez dzielenie wyników na dwie grupy, tych, które są „w miarę ok” i tych,

---

<sup>6</sup> A. Michalak, w: *Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*. Komentarz do art. 5 u.p.n.p.r., Legalis 2008, pkt 8.

których wyniki powinny być omówione.

Co istotne, „Zalecenia ekspertów” znajdujące się na wydrukach badań sugerujące terapię z wykorzystaniem magnetoterapii czy pola magnetycznego, a następnie zalecanie przez pracowników Spółki terapii z wykorzystaniem maty rehabilitacyjnej, która jest wyrobem medycznym i której działanie opiera się na zastosowaniu pola magnetycznego (wbrew informacjom zamieszczanym we własnych materiałach przekazywanym konsumentom w książce „Terapia magnetyczna. Twoja droga do zdrowia” Gloria Ventura, zgodnie z treścią których „Terapia magnetyczna nie powinna być: - stosowana bez diagnozy”) może wywołać u konsumenta przeświadczenie, że jest to rzeczywista zalecana terapia wskazana dla niego, która może go wyleczyć czy zapobiec wykrytym w trakcie badania zagrażającym mu chorobom i uwiarygadnia w oczach konsumenta informacje przekazywane w toku prelekcji o zaletach i właściwościach pola magnetycznego w terapii wielu, często ciężkich schorzeń.

Za całokształtu materiału dowodowego wynika, że przeprowadzone badania i przekazywane informacje, które uwypuklają zły stan zdrowia konsumentów oraz choroby na które cierpią lub mogą zapaść konsumenci stwarzają u nich poczucie obawy i zagrożenia o stan swojego zdrowia oraz wywołują przeświadczenie, że realną szansą na wyzdrowienie lub zapobiegnięcie wykrytym chorobom jest udział w programie medycznym oferowanym przez Przedsiębiorcę i tym samym wpływają na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę.

W ocenie Prezesa Urzędu, ze względu na dolegliwości zdrowotne oraz często podeszły wiek, osoby zapraszane na pokazy są szczególnie podatne na informacje dotyczące możliwości poprawy swego stanu zdrowia dzięki zastosowaniu oferowanego im programu medycznego. Bez wątplenia informowanie ich przez pracowników Spółki w trakcie indywidualnej rozmowy o wykrytych w trakcie badania schorzeniach oraz zaleceniach co do terapii wykrytych schorzeń, gdzie nacisk był położony na pole magnetyczne, które wykorzystywano w macie rehabilitacyjnej stanowiącej istotną część programu, miało wpływ na podjęcie decyzji o jego zakupie.

Z uwagi na powyższe należy stwierdzić, że okoliczności, jakie towarzyszą przekazywaniu konsumentom informacji o ich złym stanie zdrowia po przeprowadzeniu badań analizatorem Quantum wprowadzają konsumentów w błąd i utrudniają przeciętnemu konsumentowi zorientowanie się czemu w rzeczywistości służy samo badanie, jak i przekazywanie przez pracowników Spółki ww. informacji. Opisane działania bezsprzecznie mogą wpływać na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej wyrażenia zgody na zawarcie umowy z Przedsiębiorcą i przystąpienie do programu medycznego, który jest przez niego oferowany. W okolicznościach niniejszej sprawy, w ocenie Prezesa Urzędu, tylko podanie przez pracowników Spółki nie wprowadzającej w błąd informacji, wyraźne zaznaczenie, że analizator nie jest wyrobem medycznym, a wyniki nie mogą zostać uznane za wiarygodne potwierdzenie wykrytych i groźących chorób oraz że osoby je przeprowadzające nie są diagnostami i nie posiadają wykształcenia o charakterze medycznym pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi na podjęcie obiektywnej decyzji dotyczącej zawarcie umowy z Przedsiębiorcą. Właściwe wydaje się bowiem twierdzenie, że konsument będąc jednoznacznie poinformowany i świadomy, że badania i następnie informacje przekazywane konsumentom o ich stanie zdrowia przez pracowników Spółki nie stanowią diagnozy, nie odzwierciedlają rzeczywistego stanu ich zdrowia i są *de facto* zaplanowanym elementem pokazu handlowego i mają w rzeczywistości na celu skłonienie do zawarcia umowy ze Spółką, mógłby nie być zaskoczony uzyskaną informacją i nie traktować uzyskanych informacji jako

ostatecznego potwierdzenia tego, że cierpi czy jest zagrożony jakąś chorobą i nie zdecydować się na zawarcie umowy ze Spółką.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt II sentencji decyzji należy uznać za nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne. Z uwagi na fakt, że praktyka ta narusza zbiorowe interesy konsumentów (o czym była mowa powyżej), Prezes Urzędu uznał działania Przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu, działając na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzekł jak w punkcie II sentencji decyzji.

## 2.2. Praktyka opisana w pkt III sentencji decyzji

W pkt III sentencji decyzji, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 u.o.k.k., polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Zakwestionowana praktyka Spółki sprowadza się do odmawiania konsumentom prawa odstąpienia od umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, z powołaniem się na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity: Dz.U. z 2017 r., poz. 683, ze zm.), w sytuacji gdy ww. umowy są zawierane przez przedstawicieli handlowych spółki niebędących pracownikami służby zdrowia.

Zgodnie z art. 27 u.p.k., konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35 ustawy. Z kolei, w art. 3 ustawa przewiduje sytuacje, w których zastosowanie przepisów ustawy, w tym art. 27, jest wyłączone.

Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 7, przepisów u.p.k. nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej.

W treści zawieranych z konsumentami umów oraz w treści innych dokumentów przekazywanych konsumentowi, jak na przykład „Informacja dla uczestnika programu medycznego”, Spółka zawiera postanowienia, które wyłączają konsumentom możliwość odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy z uwagi na ww. wyłączenie zawarte w art. 3 ust.1 pkt 7 u.p.k.

Z poczynionych w ustaleń wynika, że co do zasady Spółka nie uwzględnia złożonych przez konsumentów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, powołując się m.in. na postanowienia umowy i na wyłączenie z art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k.

Mając powyższe na względzie, w ocenie Prezesa Urzędu, z przepisu zawartego w art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k. jednoznacznie wynika, że dla zastosowania określonego w nim wyłączenia niezbędne jest łącznie wystąpienie co najmniej dwóch przesłanek:

- 1) zawierana umowa musi dotyczyć usług zdrowotnych świadczonych w celu oceny, utrzymania lub poprawy stanu zdrowia pacjentów, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem im produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, oraz
- 2) świadczenie usługi medycznej, której dotyczy umowa, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych musi być wykonywane przez pracowników służby zdrowia.

U.p.k. stanowi implementację dyrektywy w sprawie praw konsumentów z dnia 25 października 2011 r. 2011/83/UE. Ww. dyrektywa w art. 3 ust. 3 lit. b określającym zakres jej zastosowania dokonuje wyłączenia jej zastosowania do umów dotyczących opieki zdrowotnej zdefiniowanej w art. 3 lit. a dyrektywy z dnia 9 marca 2011 r. 2011/24/UE w sprawie stosowania praw pacjentów w transgranicznej opiece zdrowotnej, niezależnie od tego, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej. Dyrektywa w sprawie praw konsumentów w motywie 30 wprost odnosi się do definicji opieki zdrowotnej z Dyrektywy w sprawie stosowania praw pacjentów w transgranicznej opiece zdrowotnej („Opieka zdrowotna wymaga szczególnych uregulowań ponieważ jest złożona technicznie, ważna jako usługa świadczona w interesie ogólnym, a także wymaga znacznego finansowania publicznego. W dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/24/UE z dnia 9 marca 2011 r. w sprawie stosowania praw pacjentów w transgranicznej opiece zdrowotnej (1) opieka zdrowotna zdefiniowana jest jako „usługi zdrowotne świadczone przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych”. Pracownik służby zdrowia został zdefiniowany w tej dyrektywie jako lekarz, pielęgniarka odpowiedzialna za opiekę ogólną, lekarz dentysta, położna lub farmaceuta w rozumieniu dyrektywy 2005/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 września 2005 r. w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (2), lub inny pracownik wykonujący czynności w sektorze opieki zdrowotnej, które są ograniczone do zawodów regulowanych w rozumieniu art. 3 ust. 1 lit. a) dyrektywy 2005/36/WE, lub osoba uznawana za pracownika służby zdrowia zgodnie z prawem państwa członkowskiego leczenia.).

Co istotne, ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że zaprezentowanie oferty Spółki następuje w toku organizowanych przez nią pokazów handlowych, którym Spółka nadaje formę badań o charakterze medycznym. Prezentacje, same badania, jak i konsultacja wyników konsumentów prowadzone są przez przedstawicieli handlowych Spółki, którzy nie legitymują się wykształceniem i wiedzą medyczną - nie są lekarzami, farmaceutami, pielęgniarkami, rehabilitantami, czy też przedstawicielami jakiegokolwiek zawodu medycznego, który pozwalałby zakwalifikować ich jako pracowników służby zdrowia w rozumieniu art. 3. ust. 1 pkt. 7 u.p.k.

W ocenie Prezesa Urzędu, w przypadku podmiotów oferujących usługi zdrowotne lub wyroby medyczne dla zastosowania przedmiotowej przesłanki kluczowym jest nie tylko aby usługi przez nie świadczone miały charakter usług zdrowotnych a oferowane wyroby były w rzeczywistości wyrobami medycznymi w rozumieniu obowiązujących przepisów. Koniecznym jest bowiem, aby te usługi były świadczone, a wyroby przepisywane, wydawane i udostępniane przez pracowników służby zdrowia. Umowy w imieniu Spółki nie są zawierane przez pracowników służby zdrowia, jak również udział w oferowanych programach medycznych nie jest rekomendowany przez tego rodzaju podmioty. W konsekwencji, w

przypadku działań Spółki nie stosuje się wyłączenia przewidzianego w art. 3. ust. 1 pkt. 7 u.p.k.

Jedynie na marginesie warto zaznaczyć, że Spółka *de facto* następnie, po upływie kilku miesięcy od rozpoczęcia swojej działalności, podjęła czynności takie jak: wpis do rejestru podmiotów prowadzących działalność leczniczą czy podpisanie umów z dwoma lekarzami. W ocenie Prezesa Urzędu, działanie te miały uwiarygodnić stanowisko Spółki w zakresie charakteru zawieranych przez nią umów oraz wynikających z tego uprawnień konsumentów lub ograniczeń ich ustawowych praw.

Z uwagi na powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu brak jest możliwości zastosowania przedmiotowego wyłączenia ustawowego w ramach działalności prowadzonej przez Spółkę. Należy zauważyć, że po mimo tego, że ww. wyłączenia nie stosuje się w niniejszej sprawie, Spółka umieszcza w treści swoich umów postanowienia odwołujące się do niego oraz jak wynika z licznych skarg konsumentów, nie uznaje ich prawa do odstąpienia od zawartych umów.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt III sentencji decyzji należy uznać za naruszającą art. 27 u.p.k., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu, działając na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzekł jak w punkcie III sentencji decyzji.

### 3. Rygor natychmiastowej wykonalności

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

W przypadku zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera*

*służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.*

Podkreślić w tym miejscu należy, że zakwestionowane w pkt I i II niniejszej decyzji praktyki stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, których stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 u.p.n.p.r. jest bezwzględnie zakazane. Ponadto, praktyka opisana w pkt III sentencji decyzji narusza obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, która to stanowi podstawę do swobodnego podjęcia decyzji przez konsumenta. Niewywiązanie się przez Przedsiębiorcę z nałożonego na niego obowiązku jest działaniem wysoce szkodliwym zakłócającym możliwość dokonania przez konsumenta racjonalnego wyboru. Uregulowanie zakwestionowanych praktyk jako praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wiąże się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyk z obrotu.

Za rażąco niemoralne w ocenie Prezesa Urzędu należy traktować postępowanie zmierzające do wywołania u konsumentów przekonania, że organizowane przez Przedsiębiorcę prezentacje oferowanych przez niego towarów stanowią bezpłatne badania stanu zdrowia konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, również za wysoce naganne należy uznać działanie polegające na przekazywaniu konsumentom informacji co do stanu ich zdrowia (po przeprowadzeniu badań) dotyczących możliwych schorzeń oraz zaleceń co do sugerowanej terapii wykrytych schorzeń, w sytuacji wykonywania tych badań przez osoby nieposiadające wykształcenia medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym. Za wysoce szkodliwe, w ocenie Prezesa Urzędu należy także uznać działania Przedsiębiorcy polegające na odmawianiu konsumentom prawa odstąpienia od umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, z powołaniem się na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k., w sytuacji gdy umowy te są zawierane przez przedstawicieli handlowych spółki niebędących pracownikami służby zdrowia.

Za nałożeniem rygoru natychmiastowej wykonalności w niniejszej sprawie przemawia również szczególna szkodliwość omawianych praktyk. Jak już zostało wyżej wskazane, konsumenci wprowadzeni przez Przedsiębiorcę w błąd nie są w stanie zorientować się, jaki jest rzeczywisty cel organizowanych badań. Nie zdają sobie sprawy, że biorą udział w pokazach handlowych, niemających nic wspólnego z przeprowadzeniem rzetelnych badań dotyczących ich stanu zdrowia. Konsumenci nie są również w stanie się zorientować, że przekazywane przez pracowników Spółki informacje dotyczące ich stanu zdrowia, które akcentują złe wyniki czy wykryte i groźące, często ciężkie, choroby nie są rzetelne i zgodne z rzeczywistością, a celem takich działań jest wpłynięcie na decyzje konsumentów co do



zawarcia umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę. Ponadto, postanowienia zawierane w umowach z Przedsiębiorcą, jak i jego stanowisko w zakresie braku prawa do odstąpienia od zawartej umowy z uwagi na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k., wpływa na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące umowy, w szczególności co do tego czy pozostać dalej stroną umowy. Konsumentom po zawarciu umowy z Przedsiębiorcą w nietypowych warunkach tj. poza lokalem przedsiębiorstwa i po poinformowaniu o grożących chorobach, a także bez możliwości porównania oferty Spółki i bez długiego czasu pozostawionego do namysłu, mogą zdecydować się pod presją podpisać umowę, mając na uwadze, że z uwagi na powyższe okoliczności, przysługuje im prawo do odstąpienia od umowy przewidziane w art. 27 u.p.k. Jednak, po przyjeździe do domu i dokładnej lekturze całej umowy, czy kontakcie ze Spółką orientują się, że Przedsiębiorca stoi na stanowisku, że od zawartej umowy nie można w żaden sposób odstąpić.

Co istotne z punktu widzenia decyzji o nałożeniu na decyzję rygoru natychmiastowej wykonalności, Przedsiębiorca swe praktyki kieruje do osób często schorowanych, w tym starszych, które w sposób mniej krytyczny podchodzą do tego typu propozycji skorzystania z bezpłatnych badań, licząc przy tym na możliwość uzyskania rzetelnych i przede wszystkim zgodnych z rzeczywistością informacji o ich problemach zdrowotnych.

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

W okolicznościach niniejszej sprawy, za nadaniem rygoru natychmiastowej wykonalności nakazowi zaniechania stosowania zakwestionowanych praktyk przemawia również to, że sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi główny przedmiot działalności Przedsiębiorcy, co sprawia, że stosowane przez niego nieuczciwa praktyka dotyczy szerokiego kręgu konsumentów.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na określone w pkt I, II i III sentencji decyzji naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV sentencji niniejszej decyzji.

#### **4. Kara**

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes

Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z przesłanej przez Przedsiębiorcę informacji o wysokości uzyskanego przychodu za 2017 r. wynika, że we wskazanym roku uzyskał on łączny przychód na kwotę [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 29 grudnia 2017 r., tj. 4,1709 zł, stanowi po zaokrągleniu [usunięto] euro (stosownie do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót Przedsiębiorcy w 2017 r. jest więc wyższy niż 100.000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na Przedsiębiorcę kar pieniężnych art. 106 ust. 1 ustawy, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 i 6 tego przepisu.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przestępstw, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Przy nakładaniu kar Prezes Urzędu uwzględnił, że wszystkie zarzucone Przedsiębiorcy praktyki miały charakter umyślny.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, iż Przedsiębiorca nie informuje konsumentów o handlowym celu organizowanych „badań”. Nadto, pracownicy Spółki wprowadzają konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia poprzez przekazywanie, po przeprowadzeniu badań, informacji dotyczących możliwych schorzeń i zalecanej ich terapii, w sytuacji gdy badania są wykonywane przez samych pracowników Spółki czyli osoby bez odpowiedniego przygotowania medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym. Należy również wskazać, że Przedsiębiorca odmawia konsumentom prawa odstąpienia od umowy uczestnictwa w programie medycznym oferowanym przez Spółkę zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, z powołaniem się na wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k.

Co znamienne, zarówno treść zaproszeń kierowanych do konsumentów, jak i przebieg prezentacji, w tym działania podejmowane w jej toku przez pracowników Spółki dotyczące przekazywania konsumentom informacji o niekorzystnych wynikach przeprowadzonych „badań” oraz kwestionowanie prawa konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej ze Spółką, pozwalają twierdzić, iż działania Przedsiębiorcy w tym zakresie są prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy.

Zwrócić przy tym należy uwagę, że oferowane przez Przedsiębiorcę towary dedykowane są przede wszystkim do osób z różnymi dolegliwościami zdrowotnymi<sup>7</sup>. Nie może zatem budzić wątpliwości, że nadanie zaproszeniu na pokaz handlowy formy zaproszenia na badanie medyczne i następnie uwypuklenie złych wyników przeprowadzonych „badań” miało w założeniu zgromadzić na pokazie jak największą liczbę potencjalnych klientów i zapewnić jak największy poziom sprzedaży. Wskazać przy tym należy, że w ocenie Prezesa Urzędu nie jest możliwe, aby Przedsiębiorca nie zdawał sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań.

Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowane praktyki Przedsiębiorcy, były przemyślane i celowe. Były one nakierowane na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów i uzyskania jak największego poziomu sprzedaży. Mając na uwadze powyższe okoliczności, nie sposób twierdzić, że Przedsiębiorca w zakresie opisanych praktyk naruszył tylko zasady ostrożności w relacjach z konsumentami.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności, Prezes Urzędu uznał nałożenie kar pieniężnych na Przedsiębiorcę za celowe i konieczne.

Przy ustaleniu wysokości kar Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

#### **4.1. Pkt V.1. sentencji**

Co do pierwszej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawnia się ona na etapie przedkontraktowym. Zważyć należy, że ograniczając konsumentom w wysokim stopniu możliwość uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, praktykę tę uznać należy za wysoce szkodliwą. W tym kontekście zwrócić należy uwagę, że konsumenci wprowadzeni przez Przedsiębiorcę w błąd nie są w stanie zorientować się, jaki jest rzeczywisty cel

---

<sup>7</sup> Por. wyrok SOKiK z dnia 05 października 2015 r., XVII AmA 145/14.

kierowanej do nich oferty telefonicznej. Ze zgromadzonych w sprawie materiałów wprost bowiem wynika, że proponowany im jest udział w bezpłatnych badaniach stanu zdrowia. Nie mają w związku z tym możliwości zorientować się w rzeczywistym, handlowym celu kierowanych do nich informacji. Zwrócić przy tym należy uwagę, że Przedsiębiorca opisaną akcją informacyjną kieruje do osób schorowanych z różnego rodzaju dolegliwościami, często starszych, które w sposób mniej krytyczny podchodzą do tego typu propozycji skorzystania z bezpłatnych badań, licząc na możliwość uzyskania rzetelnych i przede wszystkim zgodnych z rzeczywistością informacji o ewentualnych problemach zdrowotnych.

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu wziął w tym przypadku pod uwagę, że praktyka miała długotrwały charakter, gdyż stosowana była przez Przedsiębiorcę co najmniej od kwietnia 2017 r., na co wskazuje samo oświadczenie Przedsiębiorcy oraz daty umów zawieranych z konsumentami.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017, tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezesa Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast, za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia. Okoliczność ta uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto], do kwoty 105.710,00 zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 105.710,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017 oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

#### **4.2. Pkt V.2. sentencji**

W zakresie drugiej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk, Prezes Urzędu uwzględnił, że ujawnia się ona na etapie przedkontraktowym. Zważyć należy, że narusza ona bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Zwrócić należy uwagę, że niedopuszczalnym jest aby Przedsiębiorca przekazywał wprowadzające w błąd informacje, które w jakikolwiek sposób powodowałyby lub mogły spowodować podjęcie decyzji przez konsumenta co do umowy, której by nie podjął, gdyby informacja była prawdziwa. W konsekwencji, praktykę polegającą na wprowadzanie konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia poprzez przekazywanie, po przeprowadzeniu badań, informacji dotyczących możliwych schorzeń i zalecanej ich terapii, w sytuacji gdy badania są wykonywane przez osoby bez odpowiedniego przygotowania medycznego i przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym należy uznać za wysoce szkodliwą. Zwrócić przy tym należy uwagę, że Przedsiębiorca zdawał sobie sprawę, że urządzenie, które wykorzystuje do badań nie jest wyrobem medycznym, którego działanie nie zostało w jakikolwiek sposób uwiarygodnione przeprowadzonymi badaniami oraz że badania są przeprowadzane przez ludzi bez przygotowania i wykształcenia medycznego. Przedsiębiorca celowo uzupełniał również zalecenia co do sugerowanej terapii schorzeń wykrytych w wyniku przeprowadzonych badań o magnetoterapię, w sytuacji gdy sam oferował asortyment związany z jej zastosowaniem. Wobec powyższego należy uznać, że

Przedsiębiorca z rozmysłem wprowadzał konsumentów w błąd co do ich stanu zdrowia, którzy nie byli w stanie zorientować się w tym jaki jest rzeczywisty cel przeprowadzonych „badań”, mając w tym przypadku zamiar wywołania u konsumentów uzasadnionej obawy o swoje zdrowie i tym samym wpłynięcia na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy z Przedsiębiorcą. Zwrócić przy tym należy uwagę, że Przedsiębiorca opisaną praktykę kieruje do osób często schorowanych, z różnymi dolegliwościami zdrowotnymi, często starszych, które w sposób mniej krytyczny podchodzą do tego typu informacji i działają w dużym zaufaniu co do uzyskanych wyników i informacji przekazywanych przez osoby je interpretujące, które są przedstawiane jako specjaliści - w niniejszym przypadku diagności, licząc na możliwość uzyskania rzetelnej i zgodnej z rzeczywistym stanem opinii dotyczącej swojego zdrowia, która pozwoli im zweryfikować czy stan ich zdrowia się nie pogorszył.

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu wziął w tym przypadku pod uwagę, że praktyka miała długotrwały charakter, gdyż stosowana była przez Przedsiębiorcę co najmniej od kwietnia 2017 r., na co wskazuje samo oświadczenie Przedsiębiorcy oraz daty umów zawieranych z konsumentami.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017, tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezesa Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast, za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia. Okoliczność ta uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto], do kwoty 105.710,00 zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 105.710,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017 oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

#### 4.3. Pkt V.3. sentencji

Co do trzeciej z zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk, Prezes Urzędu zamierza uwzględnić, że ujawniała się ona na etapie zawierania kontraktu, a w związku z tym, że dotyczy wprowadzenia w błąd co do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, praktyka ta dotyczy również etapu wykonania umowy.

Zważyć należy, że ograniczając konsumentom w wysokim stopniu możliwość uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez Przedsiębiorcę warunkach rynkowych, praktykę te uznać należy za wysoce szkodliwą. W tym kontekście zwrócić należy uwagę, że prawo do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy jest jednym z podstawowych uprawnień przyznanych konsumentom mającym na celu ochronę ich uzasadnionych interesów prawnych i ekonomicznych. Przewidziane przez ustawodawcę uprawnienie do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy, wynika z faktu, że umowa taka jest zawierana w nietypowym trybie i warunkach, w których pojawiają się szczególne zagrożenia dla konsumenta, jak pośpiech, brak możliwości dostatecznego przemyślenia, presja psychologiczna, zaskoczenie, stosowanie technik sprzedażowych czy działanie pod

wyływem silnych emocji. Powyższe, miało zastosowanie w niniejszej sprawie. Zgodnie bowiem z ustaleniami konsumenci byli zapraszani na bezpłatne badania, gdzie prawdziwy komercyjny cel „badań” nie był ujawniony. Nadto, byli wprowadzani w błąd co do swojego stanu zdrowia, poprzez przekazywanie im informacji dotyczących groźących im chorób i wykrytych schorzeń, co wywoływało często u konsumentów obawę, strach czy lęk o swoje zdrowie, niejednokrotnie zaskakując ich takim wynikiem konsultacji.

Zauważyć należy, że analiza materiałów zgromadzonych w toku postępowania, pozwala twierdzić, że Przedsiębiorca konstruując swój model biznesowy celowo dokonał korzystnej dla siebie interpretacji przepisów, do której następnie dopasowywał swoje działania (m.in. wpis do rejestru podmiotów prowadzących działalność leczniczą, podpisanie umów z lekarzami). Zakwestionowana praktyka Spółki nie była zatem, konsekwencją nieprzykładania przez Przedsiębiorcę należytej wagi dla poszanowania prawa konsumentów w zakresie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, a zamierzonym z góry działaniem ukierunkowanym na znalezienie „luki” prawnej w obowiązujących przepisach i takiego ukształtowania wiążącego go z konsumentami stosunku umownego, aby uniemożliwić konsumentom odstąpienie od zawartych umów w powołaniu na ustawowe wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 u.p.k.

Zaznaczyć należy, że Przedsiębiorca stosując tę praktykę bezpośrednio godził nie tylko w interesy prawne, ale również w interesy ekonomiczne konsumentów, z którymi zawierał umowy.

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu wziął w tym przypadku pod uwagę, że praktyka miała długotrwały charakter, gdyż stosowana była przez Przedsiębiorcę co najmniej od kwietnia 2017 r., na co wskazuje samo oświadczenie Przedsiębiorcy oraz daty umów zawieranych z konsumentami.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017, tj. [usunięto] po zaokrągleniu.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezesa Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast, za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia. Okoliczność ta uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto], do kwoty [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt III sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 158.565,00 zł, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2017 oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy,

odstraszający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

## 5. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2018 r., poz. 2096 ze zm. - dalej: k.p.a.). Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Przedsiębiorcy, w wysokości 40,60 zł.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną oraz koszty postępowania należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 Kpc - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt IV sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 k.p.a., w związku z art. 83 u.o.k.k., jak również stosownie do art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479<sup>32</sup> Kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt VI decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.



z upoważnienia Prezesa  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu  
Jarosław Krüger