



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
MAREK NIECHCIAŁ

Poznań, dnia 20 grudnia 2019 r.

RPZ.610.10.2019.PG

DECYZJA Nr RPZ 17/2019

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec MEDISPOL spółki z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w Stęszewie (obecnie Radnar spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa z siedzibą w Poznaniu),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;

- I. na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 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, przekazywanie konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu pokazy handlowe nieprawdziwych informacji, że głównym przedmiotem tych spotkań były bezpłatne badania profilaktyczne organizowane przez „Centrum Zdrowia (...)”, „Centrum Diagnostyki (...)” lub „Instytut Medyczny (...)”, podczas gdy rzeczywistym ich celem było zaprezentowanie oferty handlowej Spółki, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070, ze zm.)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 22 maja 2019 r.,

- II. na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 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, przekazywanie konsumentom nieprawdziwych informacji, które wprowadzały ich w błąd co do stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów o zakupie oferowanych przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu produktów, w sytuacji gdy przekazywane informacje o stanie zdrowia osób uczestniczących w pokazie ustalane były przez przedstawicieli handlowych Spółki na podstawie badań wykonywanych przez nich przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.)



i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 22 maja 2019 r.,

- III. na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nakłada się na Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyk stwierdzonych w pkt I-II niniejszej decyzji, w postaci obowiązku skierowania listem poleconym - w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli w okresie od dnia 29 grudnia 2017 r. do dnia 21 maja 2019 r. z Radnar spółką z ograniczoną odpowiedzialnością spółką komandytową z siedzibą w Poznaniu umowy sprzedaży w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji, o treści:

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 17/2019, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Radnar spółki z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w Poznaniu (uprzednio funkcjonującą pod firmami DAMAGES sp. z o.o. sp.k. oraz MEDISPOL sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Stęszewie) polegające na:

- a) *przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu pokazy handlowe nieprawdziwych informacji, że głównym przedmiotem tych spotkań były bezpłatne badania profilaktyczne organizowane przez „Centrum Zdrowia (...)”, „Centrum Diagnostyki (...)” lub „Instytut Medyczny (...)”, podczas gdy rzeczywistym ich celem było zaprezentowanie oferty handlowej Spółki, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070, ze zm.),*
- b) *przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji, które wprowadzały ich w błąd co do stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów o zakupie oferowanych przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu produktów, w sytuacji gdy przekazywane informacje o stanie zdrowia osób uczestniczących w pokazie ustalane były przez przedstawicieli handlowych Spółki na podstawie badań wykonywanych przez nich przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.),*

Treść decyzji nr RPZ 17/2019 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.

- IV. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nakłada się na Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową 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 132.370,00 zł (słownie: sto trzydzieści dwa tysiące trzysta siedemdziesiąt 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 264.741,00 zł (słownie: dwieście sześćdziesiąt cztery tysiące siedemset czterdzieści jeden złotych 00/100), płatną do budżetu państwa,
- V. 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 (t.j.: Dz.U. z 2018 r., poz. 2096 ze zm.) postanawia się obciążyć **Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 25,90 zł (słownie: dwadzieścia pięć złotych 90/100) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

Na skutek skarg konsumentów oraz informacji uzyskanych przez pracowników Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w trakcie czynności służbowych, postanowieniem z dnia 20 listopada 2018 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania Radostawa Radnieckiego prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą DAMAGES w Stęszewie, DAMAGES sp. z o.o. z siedzibą w Stęszewie, DAMAGES sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Stęszewie oraz podmiotów z nimi 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 (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 369 ze zm. - dalej: u.o.k.k.).

W ramach podjętych w toku postępowania czynności, Prezes Urzędu przeprowadził w dniach 29 stycznia oraz 15 lutego 2019 r., kontrolę spółki Radnar sp. z o.o. sp.k. z siedzibą w Poznaniu (poprzednio: DAMAGES sp. z o.o. sp.k. oraz MEDISPOL sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Stęszewie - dalej: Spółka, Przedsiębiorca), w tym w dniu 15 lutego 2019 r. na podstawie postanowienia Sądu Okręgowego w Warszawie - XVII Wydziału, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) z dnia 22 listopada 2018 r. (sygn. akt: XVII Amo 57/18), kontrolujący podjęli czynności zmierzające do zakupu towaru w trakcie jednej ze zorganizowanych przez Spółkę prezentacji.

Pismem z dnia 22 maja 2019 r. Spółka poinformowała Prezesa Urzędu, że w dniu 21 maja 2019 r. dokonała zmian w umowie Spółki i wyeliminowała z zakresu prowadzonej działalności gospodarczej sprzedaż bezpośrednią. W piśmie z dnia 28 sierpnia 2019 r., poprzedzającym wszczęcie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Spółka zadeklarowała wolę pełnej współpracy z Prezesem Urzędu oraz z ostrożności wniosła o wydanie decyzji zobowiązującej w sprawie.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 11 września 2019 r., postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach

na organizowane przez MEDISPOL spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Stęszewie pokazy handlowe nieprawdziwych informacji, że głównym przedmiotem tych spotkań są bezpłatne badania profilaktyczne organizowane przez „Centrum Zdrowia (...)”, „Centrum Diagnostyki (...)” lub „Instytut Medyczny (...)”, podczas gdy rzeczywistym ich celem jest zaprezentowanie oferty handlowej Spółki, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070, ze zm. - dalej: u.p.n.p.r.),

- II. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji, które wprowadzają ich w błąd co do stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów o zakupie oferowanych przez MEDISPOL spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Stęszewie produktów, w sytuacji gdy przekazywane informacje o stanie zdrowia osób uczestniczących w pokazie ustalane są przez przedstawicieli handlowych Spółki na podstawie badań wykonywanych przez nich przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.

Przedsiębiorca zawiadomiony pismem z dnia 11 września 2019 r. o wszczęciu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 06 listopada 2019 r. przedstawił swoje stanowisko wraz z propozycją ugodowego zakończenia postępowania.

W zakresie pierwszego z postawionych zarzutów Przedsiębiorca podniósł, że konsumenci byli informowani o handlowym celu zaproszeń na co ma wskazywać treść kolportowanych ulotek oraz przedłożonego skryptu rozmowy, który miał być wykorzystywany przez spółkę [usunięto]. W ocenie Przedsiębiorcy świadczy to o braku umyślności po jego stronie w stosowaniu zarzuconej praktyki.

Spółka wskazała również, że realizację działań marketingowych zleciła podmiotowi profesjonalnemu. W konsekwencji, brak zamieszczenia w zaproszeniu telefonicznym informacji o handlowym celu spotkania należy w ocenie Spółki interpretować w kategorii nienależytego wykonania zlecenia przez spółkę [usunięto].

Z ostrożności Spółka wskazała, że skrypt opracowany przez spółkę [usunięto] o treści załączonej do akt sprawy mógł być stosowany najwcześniej od 11 czerwca 2018 r. do 30 czerwca 2018 r.

Odnosząc się do drugiego z postawionych zarzutów Spółka przyznała, że urządzenie Am Scan nie jest wyrobem medycznym. Status ten natomiast mają urządzenia znajdujące się w ofercie Spółki.

Przedsiębiorca podniósł, że jego intencją nie było udzielanie nieprawdziwych informacji co do stanu zdrowia, na co ma wskazywać unikanie słowa „badanie” w stosowanych materiałach marketingowych oraz zakończenie współpracy ze spółką [usunięto]. Spółka zaznaczyła, że urządzenie AM Scan posiadało stosowne certyfikaty, było dopuszczone do obrotu i sprzedaży na terenie Polski. Ma ono wykorzystywać tak zwaną metodę dr Volla, pozwalającą na szybkie wykrywanie ognisk zapalnych w narządach głównych i powiązanych

oraz innych możliwych obciążeń w organizmie. Wyniki skanowania miały przy tym jedynie charakter poglądowy, o czym konsumenci mieli być każdorazowo informowani.

Spółka podniosła również, że jej przedstawiciele odbyli szkolenia z obsługi i stosowania sprzętu do magnetoterapii EMP produkowanej przez Aidano, posiadają certyfikat odbycia szkolenia z obsługi urządzenia AM Scan oraz że jedna z osób prowadzących prezentacje ukończyła kurs rehabilitacji ruchowej z elementami fizjoterapii, a kolejna jest analitykiem medycznym. Nadto, żadna z osób współpracujących ze Spółką nie kwestionowała kompetencji przedstawicieli służby zdrowia, ani nie podważała słuszności powszechnych metod badania. Odmienne zachowania zdaniem Przedsiębiorcy należy traktować w kategoriach incydentu. Jednocześnie, Przedsiębiorca podniósł, że w trakcie postępowania przedstawił przebieg prezentacji oraz jej skrypt, który miał obowiązywać współpracujące ze Spółką podmioty. W rzekomo stosowanym scenariuszu miał być wpisany obowiązek poinformowania konsumentów o tym czym jest magnetoterapia, jakie są przeciwwskazania do jej stosowania, z jakich elementów składał się zestaw oferowany przez Spółkę oraz przy jakich schorzeniach jest pomocny. Prezentacja poprzedzona skanowaniem stanowić miała pierwszy etap spotkania. Drugi etap miał obejmować możliwość jego zakupu.

Odnosząc się do zarzutu Spółka podkreśliła, że sprzedaż nie odbywała się w pośpiechu, w przypadkowym miejscu, uniemożliwiającym konsumentowi podjęcie racjonalnej, przemyślanej decyzji, z uwzględnieniem również jego aktualnej sytuacji zdrowotnej czy finansowej.

Niezależnie od powyższego, Przedsiębiorca wniósł o wydanie decyzji na podstawie art. 28 u.o.k.k., zobowiązując się w terminie wskazanym przez Prezesa Urzędu, względnie w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji do usunięcia skutków naruszeń poprzez:

- a) opublikowanie w 16 najpoczytniejszych regionalnych gazetach codziennych (dziennikach) przez okres 7 dni ogłoszenia o treści:

„INFORMACJA

Skierowana do wszystkich osób, które w okresie od 27.12.2017 r. do 21.05.2019 r. uczestniczyły w spotkaniu organizowanym przez: spółkę Medispol Sp. z o.o. Sp. k. (wcześniej Damages Sp. z o.o. Sp. k.) z siedzibą w Stęszewie (obecnie: z siedzibą w Poznaniu) informacji, iż:

1. spotkanie miało charakter handlowy,
2. nadto osoby, które poddały się czynności skanowania organizmu, wyniki tej czynności nie powinny utożsamiać z wynikiem badania lekarskiego,
3. wszelkie informacje przez osoby współpracujące z ww. spółką, a odnoszące się do Państwa stanu zdrowia, nie stanowią rzetelnej informacji o Państwa stanie zdrowia, a ewentualne obawy nimi wywołane powinny być skonsultowane z lekarzem.

Za wszelkie niedogodności spowodowane uczestnictwem w spotkaniach organizowanych przez ww. spółkę przepraszamy.

Nadto przestrzegamy przed uczestnictwem w innych tego rodzaju spotkaniach rekomendowanych jako służące poprawie Państwa zdrowia i komfortu życia.”

- b) skierowanie bezpośrednio do konsumentów, którzy uczestniczyli w prezentacji, poddając się jednocześnie czynności „skanowania organizmu”, a następnie zawarli umowy sprzedaży lub/i od nich odstąpili informacji o treści wskazanej w lit. a oraz przekazanie w ramach rekompensaty publicznej każdemu z ww. konsumentów:
- w przypadku konsumentów, którzy odstąpili od umowy - ciśnieniomierza elektronicznego,
 - w przypadku konsumentów, którzy nie odstąpili od umowy - vouchera na 7 lub 14 dniowy pobyt (bez wyżywienia) 2 osób w wybranym ośrodku wypoczynkowym na terenie Polski ważny przez 12 miesięcy, zgodnie ze specyfikacją i warunkami wynikającymi z regulaminu serwisu rezerwacyjnego Darmowe Noclegi (zgodnie z regulaminem warunkiem skorzystania z oferty jest opłacenie z góry wyżywienia oraz ewentualnych usług dodatkowych w turnusie).

Przedsiębiorca wyraził jednocześnie wolę ewentualnej modyfikacji złożonego zobowiązania. Nadto, zobowiązał się cofnąć wraz ze zrzeczeniem się roszczeń wszystkie pozwy i wnioski egzekucyjne, które były przez niego wniesione do sądów i komorników sądowych.

Pismem z dnia 02 grudnia 2019 r. Przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. Jednocześnie, Przedsiębiorca został poinformowany, że Prezes Urzędu nie zamierza uwzględnić jego wniosku o wydanie decyzji w trybie art. 28 u.o.k.k.

W odpowiedzi z dnia 11 grudnia 2019 r. Przedsiębiorca wniósł o uzupełnienie materiału dowodowego o:

- a) dokumenty księgowe Przedsiębiorcy za okres od kwietnia 2019 r. do października 2019 r., tj. rachunek zysków i strat i deklaracje VAT-7,
- b) przeprowadzenie dowodu z zeznań świadków - konsumentów, którzy zawarli umowy z Przedsiębiorcą i zgłaszali zastrzeżenia, tj. [usunięto] - na okoliczność rozpytania w zakresie przebiegu prezentacji, ich roszczeń, sposobu załatwienia sporu, a więc skali i rozmiaru naruszeń,
- c) zwrócenie się do rzeczników konsumentów (w formie e-mail) z zapytaniem czy toczyły się sprawy z udziałem Przedsiębiorcy, jeżeli tak to z jakiego powodu i jak zostały rozstrzygnięte, a to na okoliczność skali i rozmiaru naruszeń.

Niezależnie od powyższego w piśmie tym Przedsiębiorca podtrzymał swoje dotychczasowe twierdzenia wskazujące na konieczność złagodzenia kary pieniężnej, która może zostać na niego nałożona.

Postanowieniem z dnia 18 grudnia 2019 r. Prezes Urzędu oddalił wnioski dowodowe Przedsiębiorcy dotyczące:

- 1) przesłuchania w charakterze świadków [usunięto],
- 2) zwrócenia się do rzeczników konsumentów (w formie e-mail) z zapytaniem czy toczyły się sprawy z udziałem Przedsiębiorcy, jeżeli tak to z jakiego powodu i jak zostały rozstrzygnięte, a to na okoliczność skali i rozmiaru naruszeń.

Do dnia wydania decyzji w niniejszej sprawie Spółka nie przedłożyła dalszych wyjaśnień w sprawie.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego o numerze 711526. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców, Spółka została zarejestrowana 29 grudnia 2017 r. Głównym przedmiotem jej działalności do dnia 26 września 2019 r. była pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców - k. 887-888 akt adm.).

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono, że przedmiotem działalności Spółki była sprzedaż w trakcie organizowanych przez Spółkę na terenie całego kraju prezentacji handlowych aparatu medycznego do terapii pulsującym polem magnetycznym niskiej częstotliwości marki Aidano EMT.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.)

Zgodnie z instrukcją obsługi, „aparat składa się z zestawu, który ma zmienną liczbę aplikatorów w zależności od zakupionego (...) typu aparatu medycznego”. Z oświadczenia Spółki wynika przy tym, że sprzedaż prowadzona jest wyłącznie na wspomnianych pokazach handlowych.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; instrukcja obsługi, k. 407 akt adm.)

Z przekazanych przez Spółkę informacji wynika, że na dzień 29 stycznia 2019 r. posiadała [usunięto]. Spółka w tym czasie organizowała około [usunięto] pokazy handlowe tygodniowo.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.)

Oferta Spółki, w zależności od kampanii marketingowej, była skierowana do osób powyżej 40 lub 45 roku życia, które jednocześnie nie ukończyły 75 lub 80 lat.

(Dowód: egzemplarze ulotek, k. 331-332 akt adm.; skrypty rozmów, k. 337-338 akt adm.; notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; umowa o współpracy marketingowej z dnia 06 lutego 2018 r., k. 468-478 akt adm.)

Spółka co do zasady zapraszała konsumentów na organizowane pokazy handlowe za pośrednictwem firm zewnętrznych. Z otrzymanych w toku kontroli nagrań rozmów wynika, że od podjęcia działalności gospodarczej w 2017 r. usługi na rzecz Spółki świadczyła [usunięto], choć pisemną umowę o współpracę z tą firmą marketingową Przedsiębiorca zawarł dopiero w dniu 06 lutego 2018 r. Zgodnie z oświadczeniem Spółki, współpraca ta została zakończona w czerwcu 2018 r.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; umowa o współpracy marketingowej z dnia 06 lutego 2018 r., k. 468-478 akt adm.; nagrania rozmów, k. 489 akt adm.)

Z treści umowy o współpracę z dnia 06 lutego 2018 r. wynika, że jej przedmiotem było świadczenie usług marketingowych, polegające na pozostawaniu w gotowości do organizacji kampanii marketingowej na zasadach określonych w indywidualnym zleceniu kampanii (§ 1 ust. 1 i 2 umowy). Zgodnie z § 1 ust. 5 umowy, przed złożeniem zamówienia

Spółka zobowiązana była m.in. dostarczyć w wersji elektronicznej wszelkie materiały, niezbędne dla opracowania kampanii marketingowej, w tym opracowania dot. towarów, aktualną ofertę, hasła marketingowe, koncepcje, prezentacje i inne. Jednocześnie, w myśl § 6 ust. 1 to zleceniodawca ponosi pełną odpowiedzialność za przebieg spotkania marketingowego oraz komunikaty marketingowe składane w jego imieniu. Nadto, zleceniodawca (Spółka) akceptując skrypt oświadcza, że dokonała jego weryfikacji pod kątem zgodności z przepisami prawa oraz stanem faktycznym swojego przedsiębiorstwa.

(Dowód: umowa o współpracy marketingowej z dnia 06 lutego 2018 r., k. 468-478 akt adm.)

Zgodnie z oświadczeniem Spółki, zostały przez nią zaakceptowane zaproponowane jej przez [usunięto] skrypty rozmów telemarketingowych o następującej treści:

Dzień dobry Imię Nazwisko.

Proszę P/P ze względu na wysokie statystyki zachorowalności pod kątem przeciwnowotworowym Centrum Zdrowia Damages prowadzi w (Miasto) program „Profilaktyka to życie”

W związku z tym pełny pakiet badań oraz konsultacji przysługuje całkowicie bezpłatnie i aby go P/P wykorzystał upewnić się tylko:

Przeciwwskazań takich jak kardiowerter, rozrusznik serca, czynna choroba nowotworowa lub epilepsja (padaczka) P/P nie ma i przedział wiekowy 40-60 lat P/P spełnia tak ?

Dobrze, więc już teraz zakładam kartę pacjenta nr.....
Specjalista przyjmie P/P (data, godzina)na którą umówić badanie ?

W celu zamknięcia karty poproszę o P/P Imię i nazwisko.
Proszę zabrać dowód osobisty w celu potwierdzenia tożsamości.

Z racji tego, że będziemy dzwonić i wysyłać sms z przypomnieniem o badaniu, proszę podać numer komórkowy...

Na badanie proszę przyjść ok 10 min wcześniej z nr. rejestracji... do przygotowanej przez Centrum sali w budynku (dokładny adres)
Z mojej strony to wszystko, do zobaczenia na badaniu.

PROFILAKTYKA BADANIA :
przeciwnowotworowa , wykrywanie wszystkich stanów zapalnych i ogniskowych w organizmie, a także prowadzimy profilaktykę schorzeń jak np: Alzheimer, astma, cukrzyca, nadciśnienie tętnicze.

JAK WYGLĄDA BADANIE METODĄ DR. VOLLA (AmScan).
Badanie przypomina EKG z tą różnicą, że w przypadku tej metody do ciała podłączone są trzy czujniki detekcji. Są tak rozmieszczone, żeby zbadać cały organizm a nie tylko jeden organ. Jeden z czujników podłączony jest do kostki u stóp, drugi do nadgarstka trzeci do czoła. Jest bezpieczne, bezinwazyjne nie wpływa na zdrowie pacjenta. Po badaniu jest konsultacja z naszym specjalistą dokładnie będzie omówiony wynik. Wynik jest w formie wydruku jest ważny przez rok i honorowany przez każdego lekarza na terenie całej Polski. Badanie jest w pełni dofinansowane z funduszy prywatnych jest profilaktyczne, więc zapobiega powstawaniu poważnych schorzeń.

DZIEŃ DOBRY NAZYWAM SIĘ DZWONIĘ
Z DZIAŁU REJESTRACJI INSTYTUTU MEDYCZNEGO DAMAGES.
CZY ROZMAWIAM Z PANIĄ/PANEM.....?
KONTAKTUJĘ SIĘ W CELU PRZYPOMNIENIA
O JUTRZEJSZYCH BEZPŁATNYCH BADANIACH PROFILAKTYCZNYCH, NA KTÓRE JEST PANI/PAN ZAPISANA/Y NA GODZINĘ..... WNA ULICY..... W
BADANIA TE MAJĄ NA CELU WYKRYCIE STANÓW ZAPALNYCH I OGNISKOWYCH W ORGANIZMIE, KTÓRE NIELECZONE MOGĄ PROWADZIĆ DO POWSTAWANIA CHOROBY NOWOTWOROWYCH.
CZY BADAŁA SIĘ PANI/PAN W TYM KIERUNKU?
CZY W PANI/PANA RODZINIE ZDARZAŁY SIĘ PRZYPADKI ZACHOROWAŃ NA TE SCHORZENIA? KAŻDY Z NAS RAZ W ROKU POWINIEN SOBIE TAKIE BADANIA PROFILAKTYCZNIE WYKONAĆ. JUTRO MOŻE PANI ZROBIĆ TE BADANIA ZUPEŁNIE BEZPŁATNIE W RAMACH ORGANIZOWANEJ RAZ NA TRZY LATA AKCJI PROFILAKTYKA NA WAGĘ ŻYCIA I ZAOSZCZĘDZIĆ MIĘDZY 300-400 ZŁ, BO TAKI BYŁBY KOSZT TYCH BADAŃ W INNYM TERMINIE DLA JEDNEJ OSOBY.
NA TE BADANIA MOŻE PAN/PANI ZABRAĆ DRUGĄ OSOBE, KTÓRA MIEŚCI SIĘ W PRZEDZIALE WIEKOWYM OD 40 DO 80 LAT I NIE MA ROZRUSZNIKA SERCA, KARDIOWERTERA, CZYNNEJ CHOROBY NOWOTWOROWEJ ORAZ NIE MA EPILEPSJI(PADACZKI). TA OSOBA RÓWNIEŻ SKORZYSTA Z TYCH BADAŃ BEZPŁATNIE I BĘDZIE BADANA W TYM SAMYM CZASIE CO PANI/PAN PRZEZ DRUGIEGO SPECJALISTĘ TAKŻE NIE TRZEBA BĘDZIE NA SIEBIE CZEKAĆ, A ZAWSZE TO WE DWÓJKĘ RAŻNIEJ.
Z KIM PANI BĘDZIE NA BADANIU?
ROZUMIEM ŻE W TYM PRZEDZIALE WIEKOWYM SIĘ PAŃSTWO MIEŚCICIE? PRZECIWWSKAZANIA KTÓRE WYMENIŁAM NIE DOTYCZĄ PAŃSTWA? CZY JAKIEŚ LEKI NA STAŁE PRZYJMUJECIE PAŃSTWO? NA JAKIE SCHORZENIA? W CIĄGU OSTATNIEGO ROKU JAKIEŚ ZABIEGI, OPERACJE MIELIŚCIE PAŃSTWO WYKONYWANE?
GODZINĘ PRZED BADANIEM PROSZĘ NIE SPOŻYWAĆ POŚLĄKÓW MOŻNA PIĆ WODĘ TAK ŻEBY NIE ZAFALSZOWAĆ WYNIKÓW BADAŃ. TE WYNIKI SĄ WAŻNE PRZEZ ROK I HONOROWANE PRZEZ LEKARZY W CAŁEJ POLSCE TAKŻE MOŻNA JE DOŁĄCZYĆ DO DOKUMENTACJI MEDYCZNEJ I SKONSULTOWAĆ Z LEKARZEM PROWADZĄCYM.
PANI/PANA NUMER REZERWACJI TO..... Z TYM NUMEREM REZERWACJI I DOWODEM OSOBISTYM W CELU POTWIERDZENIA WIEKU I TOŻSAMOŚCI TRZEBA BYĆ 10 MINUT WCZEŚNIEJ, TAK ŻEBY ORGANIZM SIĘ USTABILIZOWAŁ ŻEBYŚMY MOGLI UZYSKAĆ JAK NAJBARDZIEJ MIARODAJNE WYNIKI BADAŃ.
JA NAZYWAM SIĘ I BĘDĘ NA PANIĄ CZEKAŁ/CZEKAŁA PRZY WEJŚCIU DO SKĄD ZAPROWADZĘ JUŻ BEZPOŚREDNIO DO SPECJALISTY NA BADANIA. CZY JAKIEŚ PYTANIA MA PAN/PANI MOŻE? W TAKIM UKŁADZIE DZIĘKUJĘ ŚLICZNIE ZA ROZMOWĘ, MIŁEGO DNIA ŻYCZĘ I DOZOBACZENIA JUTRO NA BADANIACH.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; wydruki z korespondencji elektronicznej, k. 333-338 oraz 519-520 akt adm.)

Fakt kierowania do konsumentów przez telemarketerów spółki [usunięto] zaproszeń na organizowane przez Przedsiębiorcę pokazy w formie zaproszeń na badania o charakterze medycznym znajduje potwierdzenie w przekazanych przez Przedsiębiorcę nagraniach rozmów datowanych na 28 grudnia 2017 r., 04 czerwca 2018 r. oraz 06 czerwca 2018 r.

(Dowód: nagrania rozmów, k. 489 akt adm.)

Od stycznia 2018 r. do 04 lutego 2019 r. usługi marketingowe na rzecz Spółki świadczył [usunięto]. Świadczenie usług początkowo odbywało się na podstawie umowy ustnej. Umowa pisemna w tym zakresie została sporządzona pomiędzy stronami dopiero w dniu 01 czerwca 2018 r.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; umowa o świadczenie usług z dnia 01 czerwca 2018 r., k. 466-467 akt adm.; pismo [usunięto] z dnia 28 maja 2019 r., k. 518 akt adm.).

Zgodnie z § 1 umowy o świadczenie usług z dnia 01 czerwca 2018 r., Spółka zleciła firmie [usunięto] świadczenie usług polegających na umawianiu grupowych spotkań handlowych. Z oświadczenia [usunięto] z dnia 28 maja 2019 r. wynika, że do 25 maja 2018 r. zaproszenia miały formę telefoniczną. Z wejściem w życie nowych przepisów o ochronie danych osobowych sposób zapraszania przez tą firmę uległ zmianie i od tej daty zaproszenia telefoniczne zastąpione zostały przez ulotki bezadresowe kolportowane przez firmę marketingową oraz infolinię rozmów przychodzących.

(Dowód: umowa o świadczenie usług z dnia 01 czerwca 2018 r., k. 466-467 akt adm.; pismo [usunięto] z dnia 28 maja 2019 r., k. 518 akt adm.).

Zgodnie z ustaleniami poczynionymi w toku kontroli, Prezes Urzędu ustalił jednocześnie, że ulotki kolportowane na zamówienie Spółki miały następującą treść:



SKANOWANIE ORGANIZMU

DLA OSÓB PO 45 ROKU ŻYCIA
BIOREZONANS ORAZ ANALIZA SA BEZPŁATNE I W PEŁNI BEZPIECZNE

Skanowanie jest pod kątem:
Układu krążenia, układu trawiennego, układu moczowo-płciowego, układu endokrynnego oraz immunologicznego.
Sprawdzimy stan stawów oraz kręgosłupa

Nr 4

Miejsce wykonywania badań : SALA OSP, 34-484 ZUBRZYCA GÓRNA 488

Termin badania: 13-01-2019 NIEDZIELA GODZ. 18;00

Liczba miejsc ograniczona

Obowiązuje rejestracja, wyłącznie telefoniczna pod numerem telefonu 530107709 od poniedziałku do piątku w godzinach 8-16

V trakcie będzie przedstawiona oferta Centrum

(Dowód: korespondencja elektroniczna, k.213-214 akt adm.; egzemplarz ulotki, k. 331 akt adm.)

W okresie od 05 listopada 2018 r. do 26 grudnia 2018 r. usługi telemarketingowe na rzecz Spółki świadczyła spółka [usunięto]. Od 27 grudnia 2018 r. do 09 lutego 2019 r. świadczenie tych usług formalnie przejęła spółka [usunięto], która jednak oświadczyła, że w praktyce nie umawiała spotkań na rzecz Przedsiębiorcy. Następnie w okresie od 10 lutego do 30 kwietnia 2019 r. usługi świadczone były przez spółkę [usunięto].

(Dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 13 czerwca 2019 r., k. 538 akt adm.; umowa o współpracy z dnia 05 listopada 2018 r., k. 539-542 oraz 515-516 akt adm. rozwiązanie umowy za porozumieniem stron z dnia 26 grudnia 2018 r., k. 543 akt. adm.; umowa o współpracy z 27 grudnia 2018 r., k. 544-547 oraz 559-562 akt adm.; rozwiązanie umowy za porozumieniem stron z 09 lutego 2019 r., k. 548 oraz 558 akt adm.; umowa współpracy z 10 lutego 2019 r., k. 549-552 oraz 566-569 akt adm.; wypowiedzenie umowy za porozumieniem stron z 30 kwietnia 2019 r., k. 553 oraz 565 akt adm.; pismo [usunięto] z 24 maja 2019 r., k. 513 akt adm.; pismo [usunięto] z 24 czerwca 2019 r., k. 557 akt adm.; pismo [usunięto] z 24 czerwca 2019 r., k. 564 akt adm.).

Z treści umów o współpracy z tymi spółkami wynika, że Przedsiębiorca zlecił im wykonanie akcji telemarketingowej z wykorzystaniem połączeń głosowych w celu promocji spotkań sprzedażowych produktów i usług Spółki - § 1 umów współpracy.

(Dowód: umowa o współpracy z dnia 05 listopada 2018 r., k. 539-542 oraz 515-516 akt adm.; umowa o współpracy z 27 grudnia 2018 r., k. 544-547 oraz 559-562 akt adm.; umowa współpracy z 10 lutego 2019 r., k. 549-552 oraz 566-569 akt adm.)

W toku postępowania [usunięto] oraz [usunięto] przedłożyły rzekomo stosowany przez nie skrypt rozmowy, który miał być przygotowany we współpracy z Przedsiębiorcą. Skrypt ten miał mieć następującą treść:

Skrypt

Dzień dobry, (nazywam się) i dzwonię z centrum informacji ARSTELE na zlecenie organizatora spotkań promocyjno-handlowych firmy

.....(odpowiedź).....

Czy wyraża Pani zgodę na przekazanie informacji marketingowych ?

.....(odpowiedź).....

Jeśli tak:
Dzwonię w związku z spotkaniem promocyjnym organizowanym w (miejsce).....
Chciałabym Państwa zaprosić na takie spotkanie dnia

Na spotkaniu:

- każdy może skorzystać bezpłatnie ze skanowania organizmu w kierunku stanów zapalnych oraz czynników chorobotwórczych. Przeciwwskazaniem jest rozrusznik serca, epilepsja, nowotwór w trakcie leczenia i ciąży.
- w oczekiwaniu na wyniki badań prześlemy wiele informacji na temat prawdziwych przyczyn chorób oraz omówimy metody zapobiegania im.
- całość potrwa około półtorej godziny.

Spotkanie, które organizujemy w dniu..... skierowane jest do osób w wieku od 40 do 80. Czy Pan/Pani mieści się w tym przedziale wiekowym?

Co dokładnie tam będzie?
Na spotkaniu przede wszystkim przekazane będą ciekawe informacje związane z zagrożeniami naszego zdrowia i rozwiązania służące zdrowiu - jeśli ktoś będzie chciał z nich skorzystać - będzie taka możliwość.
Jest to spotkanie promocyjno - handlowe, więc osoby zainteresowane będą mogły skorzystać z atrakcyjnych promocji.

Spotkanie odbędzie się dnia w Salę udostępni nam

Wie Pan/i gdzie to jest?



Proszę mi powiedzieć czy bardziej odpowiadają godziny ranne czy popołudniowe?
Może Pani zapisać też męża / żonę

Proszę teraz przygotować kartkę i długopis i zapisać:

- adres
- godzinę

Podam teraz numer z którym Pani przyjdzie na spotkanie :

Czy ma Pan/i do mnie jakieś pytania ?
Dziękuję, życzę miłego dnia. Do widzenia.

(Dowód: skrypt rozmowy, k. 514 oraz 570 akt adm.)

Podkreślenia wymaga, że w dniu 19 listopada 2018 r. na prywatny numer telefonu jednego z pracowników Delegatury UOKiK w Poznaniu telefonowała osoba przedstawiająca się jako przedstawiciel „Centrum Diagnostyki Damages” z zaproszeniem na bezpłatne badanie w ramach ogólnopolskiej kampanii. Badanie miało się odbyć 22 listopada 2018 r. w jednym z poznańskich hoteli. Telemarketerka nie poinformowała rozmówcy o handlowym celu spotkania, przy czym z oświadczenia Spółki wynika, że kampanię marketingową związaną z pokazami odbywającymi się w dniu 22 listopada 2018 r. prowadziła spółka [usunięto].

(Dowód: pismo Przedsiębiorcy, k. 538 akt adm.; notatka służbowa z dnia 20 listopada 2019 r., k. 10 akt adm.; nagranie rozmowy, k. 11 akt adm.)

Niezależnie od powyższego ustalono, że w okresie wakacji letnich 2018 r. Spółka prowadziła marketing również we własnym zakresie, rozdając w centrach handlowych ulotki o następującej treści:



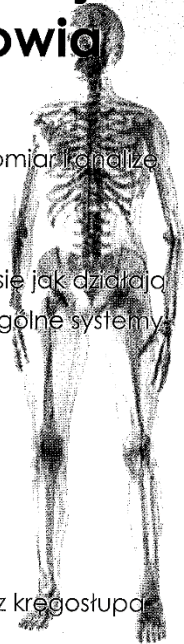
Promocja Zdrowia

Zapraszamy na bezpłatny pomiar i analizę obciążenia organizmu.

W ramach pomiaru dowiesz się jak działają w Twoim organizmie poszczególne systemy:

- krążeniowy
- trawienny
- moczowo-płciowy
- endokrynnny
- immunologiczny

Sprawdzimy stan stawów oraz kręgosłupa



Postaramy się pomóc Państwu w poprawie komfortu życia oraz doradzimy jak skutecznie zadbać o swoje zdrowie.



Damages

**Bezpłatny pomiar
dla osób między 45 - 75
rokiem życia**

Obowiązuje potwierdzenie rezerwacji miejsca. Liczba miejsc ograniczona. Pomiar połączony z przedstawieniem i możliwością nabycia sprzętu medycznego.



*ULOTKA, KTORA WODZASALISMY SAMI
Dobrze!*

Damages Sp. z o.o. Sp. K., tel. 515 488 694, Słeszew

Damages Sp. z o.o. Sp. K., tel. 515 488 694, Słeszew

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; egzemplarz ulotki, k. 332 akt adm.)

Z materiału zgromadzonego w toku sprawy wynika, że w trakcie organizowanych przez Spółkę prezentacji, konsumenci poddawani byli badaniom przy wykorzystaniu urządzenia AM Scan. Badania prowadzili przedstawiciele handlowi Spółki.

(dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.)

Z instrukcji obsługi tego urządzenia wynika, że jest to przyrząd do doboru diety i kosmetyków. Zgodnie z pkt 2 instrukcji obsługi:

„Przyrząd „AM Scan” przeznaczony jest do powszechnego użycia oraz może być pomocny w pracy dietetyków i kosmetologów dla pomocy w doborze diety i kosmetyków z wykorzystaniem zmian elektroprzewodności punktów akupunkturowych. Przyrząd może być wykorzystywany w salonach kosmetycznych i poradniach dietetycznych.”

(Dowód: instrukcja obsługi AM Scan, k. 343 akt adm.)

Zgodnie z informacją zawartą na każdej ze stron instrukcji obsługi: „w myśl art. 2 pkt 38 ustawy z dnia 20 maja 2010 r. o wyrobach medycznych urządzenie Am Scan nie jest wyrobem medycznym”.

(Dowód: instrukcja obsługi AM Scan, k. 342-363 akt adm.)

Poniżej przedstawiono przykładowe wyniki badań ustalone przy wykorzystaniu urządzenia AM Scan:

Pacjent 7 Pani <i>Harigoch</i> Data urodzenia: 10.05.1964 Data wpisu: 15.02.2019 Adres: Telefon:	Specjalista-konsultant: _____ Firma: Licencja: Am'Scan Electronis Adres: Telefon: E-mail:
---	---



Stan ogólny w chwili wykonywania badania Stan ogólny zadowolający	Ogólna odporność na czynniki szkodliwe z otoczenia Zwiększona podatność na czynniki biopatogenne
Współczynnik dysbalansu Brak dysbalansu energetycznego	Typ wegetatywnego układu nerwowego Równowaga wegetatywna
Stopień ryzyka dla najważniejszych układów	Centralny układ nerwowy Wyczerpanie III stopnia
Krążeniowy system 58 % Umiarkowane zaburzenia	Tło alergiczne Brak tła alergicznego
Odkrzusłowo-płucny system 17 % Minimalne zaburzenia	
Trawienny system 48 % Umiarkowane zaburzenia	
Moczowo-płciowy system 34 % Umiarkowane zaburzenia	
Endokynny system 46 % Umiarkowane zaburzenia	
Immunologiczny system 62 % Umiarkowane zaburzenia	
Organy głowy 68 % Umiarkowane zaburzenia	
Stawy 48 % Umiarkowane zaburzenia	
Układ chłonny 44 % Obniżenie aktywności i odpływu limfy z nerządów I. stopnia	

Czynnik etiologiczny

Streptococcus mitis = 92%, Streptococcus lactis = 92%, Staphylococcus venerii = 92%, Staphylococcus ksilozus = 92%, Staphylococcus scauri = 82%, Mycoplasma fermentans = 82%, Clonorchis sinensis (jaja) = 73%, Dipylidium caninum (Tasiemiec psi) = 73%, Trichocephalus (włosogłówka, postać dojrzała) = 73%, Streptococcus mitior = 73%, Campylobacter fetus = 73%, Dipylidium caninum (Tasiemiec psi) = 73%, Chlamydia trachomatis = 73%, Herpes vir.Human Type 7 = 69%, Heotrichium candidum = 64%, Penicillinum roqueforti = 60%, Hymenolepis nana (Tasiemiec karłowaty, postać dojrzała) = 59%, Penicillinum notatum = 58%, Trichinella pseudospiralis (postać dojrzała) = 55%, Human Papillomavirus (HPV) = 55%, Enterobacter = 55%, Mikozis orum = 55%, Chlamydia trachomatis B = 55%, Penicillinum frequentans = 48%

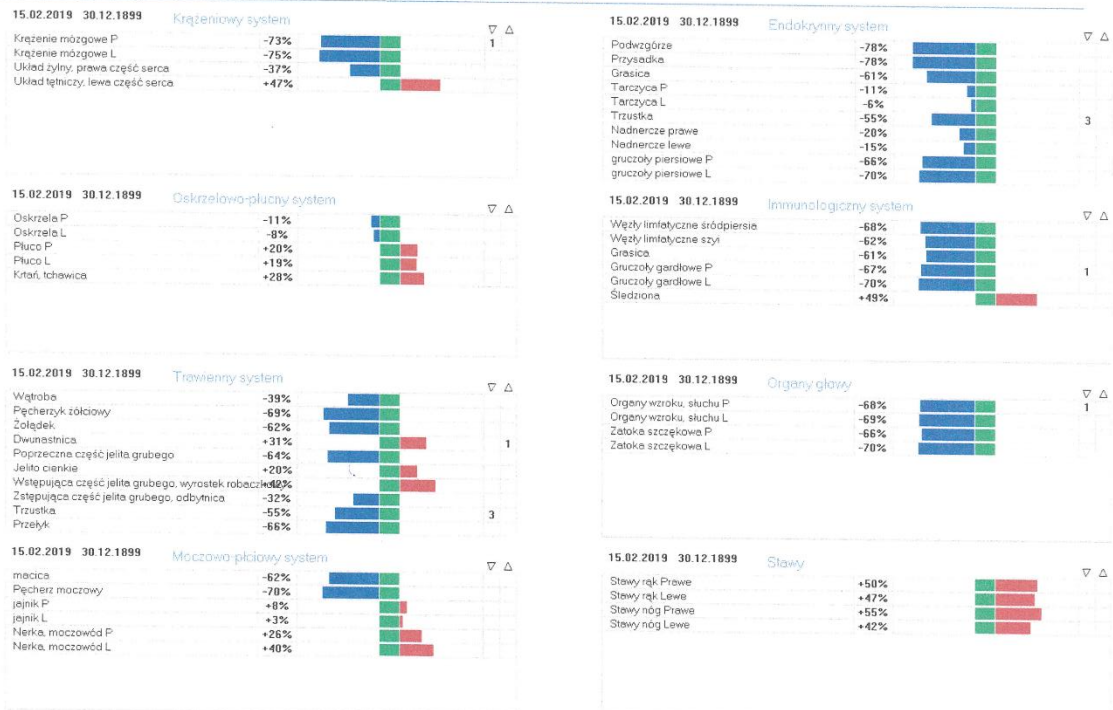
Porażone narządy i układy

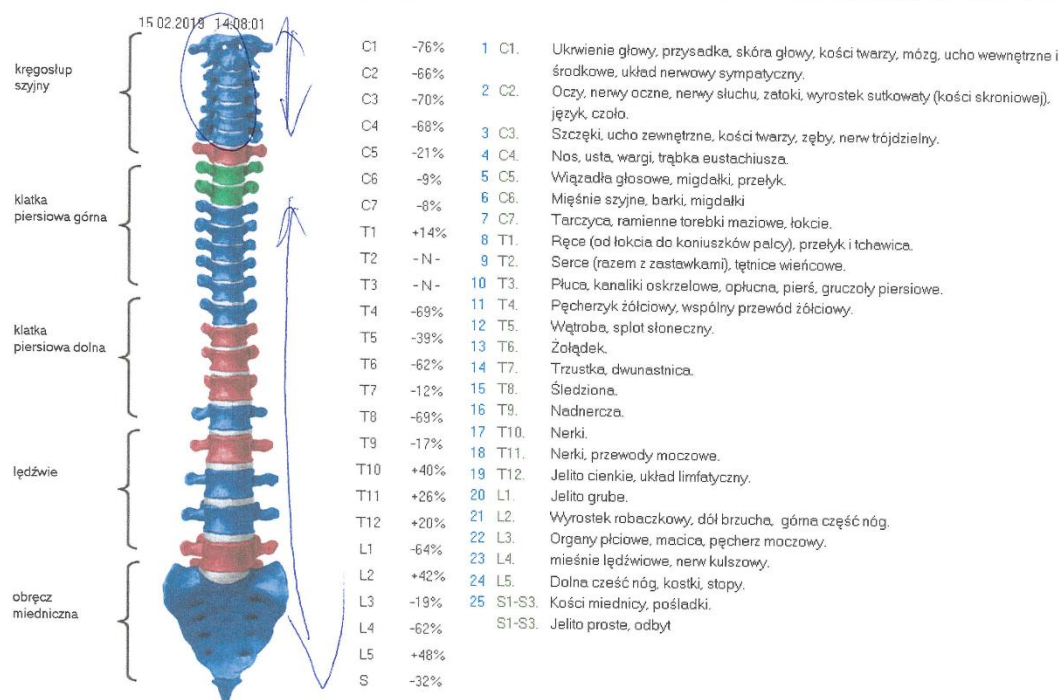
Organy wzroku, słuchu P, Organy wzroku, słuchu L, Zatok szczękowa P, Zatok szczękowa L, gruczoły piersiowe P, gruczoły piersiowe L, Węzły limfatyczne śródpiersia, Węzły limfatyczne szyi, Gruczoły gardłowe P, Gruczoły gardłowe L, Śledziona, Pęcherzyk żółciowy, Żóładek, Poprzeczna część jelita grubego, Trzustka, Przełyk, macica, Pęcherz moczowy, Nerka, moczowód L, Stawy nóg Prawe

Prawdopodobieństwo diagnozy

Trichocetelozja, Hymenolepjoza, Obciążenia opryszczkowe, Osłabienie mechanizmów ochronnych organizmu, Zapalenie dróg żółciowych, Zaburzenie wchłaniania w jelitach, Dysbakterioza jelitowa, Forma hipokinetyczna dyskinezy dróg żółciowych, Zespół jelita drażliwego, Niedobór witamin grupy B, Przewlekłe zapalenie zatok szczękowych, Niedobór witaminy C, Niedobór chromu, Zakażenie grzybicowe, Przewlekły hipertroficzy nieżyt nosa, Grzybica ucha, Pyelitis, Infekcja moczowo-genitalna, Crystalluria, Zespół podrażnionego pęcherza moczowego, Przewlekłe zapalenie pęcherza moczowego, Niedobór magnezu, Parodontozja, Grzybica gardła, Enteropatie z deficytem enzymów, Dyspepsja, Zespół napięcia przedmiesięczkowego, Chlamydioza, Zapalenie jajnika, Zapalenie jajowodu

Wszystkie układy





(Dowód: egzemplarz wyników skanowania, k. 492-496 akt adm.)

Podkreślenia wymaga, że zatrudniani przez Spółkę handlowcy przechodzili szkolenie zarówno w zakresie obsługi urządzenia AM Scan prowadzone przez przedstawicieli jego dostawcy, tj. firmy ENSO Electronics, jak i w zakresie obsługi i zastosowania urządzenia medycznego do terapii pulsującym polem magnetycznym niskiej częstotliwości marki Aidano EMT organizowane przez jego wyłącznego dystrybutora w Polsce. Nadto, przedstawiciele handlowi co do zasady nie posiadają specjalistycznego wykształcenia medycznego. Wbrew twierdzeniom Przedsiębiorcy zawartym w piśmie z dnia 06 listopada 2019 r., żaden z przedłożonych przez niego dokumentów nie potwierdza okoliczności, że jeden z współpracujących z nim przedstawicieli handlowych jest z wykształcenia analitykiem medycznym.

(Dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm., dyplomy i certyfikaty szkoleniowe, k. 372-399 akt adm.)

W trakcie prezentacji przedstawiciele handlowi wprost zaprzeczali, że są lekarzami. Mimo to, w trakcie prelekcji kwestionowali w sposób kategoriyczny kompetencje przedstawicieli służby zdrowia oraz aktualnie powszechnie przyjęte metody leczenia. Podkreślali jednocześnie wysoką skuteczność prowadzonych przez nich w trakcie pokazów badań oraz omawianych alternatywnych metod leczenia. W świetle zgromadzonego materiału dowodowego, w tym w szczególności uzyskanego w toku kontroli nagrania pokazu, za niewiarygodne uznać należy wyjaśnienia Przedsiębiorcy, że żadna z osób współpracujących ze Spółką nie kwestionowała kompetencji przedstawicieli służby

zdrowia, ani nie podważała słuszności powszechnych metod badania, a odmienne zachowania należy traktować w kategoriach incydentu.

(Dowód: nagranie pokazu, k. 497 akt adm.).

Wydruki badań przeprowadzonych w toku pokazu rozdawane były po zakończeniu prelekcji. Ich wyniki analizowane i omawiane były przez przedstawicieli handlowych w trakcie indywidualnych rozmów z konsumentami. W trakcie tych rozmów przedstawiciele handlowi wskazywali dolegliwości zdrowotne, jakie zostały stwierdzone w trakcie przeprowadzonych badań, a osobom posiadającym możliwości finansowe przedstawiali terapię urządzeniem znajdującym się w ofercie Spółki jako remedium na wszelkie stwierdzone dolegliwości.

(Dowód: nagranie pokazu, k. 497 akt adm.; skargi, k. 602, 626 akt adm.)

Handlowcy dodatkowo z wykorzystaniem określonego przez Spółkę formularza przedstawiali konsumentom sugerowany przebieg terapii stwierdzonych stanów chorobowych.

(Dowód: formularz zatytułowany sugerowany sposób korzystania z Aidano EMT, k. 322 akt adm.; notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.)

Ustalenia Prezesa Urzędu znajdują potwierdzenie w jednej ze skarg, w której konsumentka relacjonując swój zakup wskazała, co następuje:

„Wychodząc z pracy pewnego dnia dostałam propozycję od pani hostessy firmy Damages na badanie całego organizmu. W wyznaczonym dniu udałam się na miejsce spotkania, gdzie zostałam przebadana urządzeniem Am-Scan Electronics. Po chwili badający z wynikami wyszli do sali obok. W tym czasie odbyła się prelekcja, gdyż miałam zaczekać na wyniki badań godzinę. Pani na prelekcji wychwalała zalety pola magnetycznego, a co za tym idzie i urządzenia. Pomaga ono pozbyć się wszystkich chorób i odstawić tabletki, które się bierze. Gdy po godzinie wrócili badający (jak się okazało fizykoterapeuci, a nie jak to powinno być w rzeczywistości - lekarze) z wynikami badań (przerobionymi) i zostały mi przedstawione, stan mojego kręgosłupa był w tragicznym stanie oprócz jednego kręgu. Jedyным wyjściem był zakup urządzenia. Zakupiłam je.”

(Dowód: skarga, k. 626 akt adm.)

Spółka zaniechała prowadzenia działalności w zakresie sprzedaży bezpośredniej, przy czym w dniu 21 maja 2019 r. dokonała stosownych korekt w umowie Spółki w tym przedmiocie. Uznać zatem należy, że w dniu następnym, tj. 22 maja 2019 r. Przedsiębiorca ostatecznie zaniechał stosowania zarzuconych mu praktyk.

(Dowód: wypisy z aktów notarialnych, k. 581-593 akt adm.; deklaracje VAT-7, k. 895-922 akt adm.)

W 2018 r. Przedsiębiorca osiągnął przychód w kwocie [usunięto] zł.

(Dowód: rachunek zysków i strat Spółki, k. 637 akt adm.).

Postanowieniem z dnia 18 grudnia 2019 r. Prezes Urzędu oddalił wnioski dowodowe Przedsiębiorcy dotyczące:

- 1) przesłuchania w charakterze świadków [usunięto],

- 2) zwrócenia się do rzeczników konsumentów (w formie e-mail) z zapytaniem czy toczyły się sprawy z udziałem Przedsiębiorcy, jeżeli tak to z jakiego powodu i jak zostały rozstrzygnięte, a to na okoliczność skali i rozmiaru naruszeń.

W ocenie Prezesa Urzędu, przeprowadzenie wnioskowanych przez Spółkę dowodów jest zbędne i nie przyczyni się do wyjaśnienia istotnych w rozpatrywanej sprawie okoliczności.

Odnosząc się do wniosku o przeprowadzenie dowodu z zeznań wskazanych przez Przedsiębiorcę świadków podkreślenia wymaga, że dowód ten miał być przeprowadzony na okoliczność „rozpytania w zakresie przebiegu prezentacji, ich roszczeń, sposobu załatwienia sporu, a więc skali i rozmiaru naruszeń”. Zwrócić na wstępie należy uwagę, że do postępowania dowodowego zastosowanie w postępowaniu przed Prezesem Urzędu znajdują przepisy Kodeksu postępowania cywilnego. Z regulacji tych wynika, że dowody mogą być prowadzone jedynie na fakty mające istotne znaczenie dla sprawy. Mając to na względzie nie sposób uznać za fakt jakiegokolwiek „rozpytania”. Choć sam przebieg prezentacji ma istotne znaczenie dla niniejszej sprawy, to prowadzenie dalszego postępowania dowodowego w tym zakresie uznać należy za zbędne. Prezes Urzędu posiada bowiem nagranie pokazu, w którym pracownik Urzędu bezpośrednio wziął udział oraz pozostałe dowody dotychczas zgromadzone w toku postępowania.

Zaznaczyć nadto należy, że zbędne jest prowadzenie dowodu z zeznań wskazanych przez Przedsiębiorcę świadków na okoliczność ich roszczeń, sposobu załatwienia sporu, a więc skali i rozmiaru naruszeń, skoro w aktach sprawy zgromadzono dokumentację dotyczącą spraw tych konsumentów.

Odnosząc się do wniosku Przedsiębiorcy o zwrócenie się do rzeczników konsumentów (w formie e-mail) z zapytaniem, czy toczyły się sprawy z udziałem Przedsiębiorcy, jeżeli tak to z jakiego powodu i jak zostały rozstrzygnięte, a to na okoliczność skali i rozmiaru naruszeń, zwrócić należy uwagę, że do akt sprawy załączono dokumenty dotyczące kilku postępowań prowadzonych przez rzeczników konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu wobec faktu, że zasadą było prowadzenie przez Przedsiębiorcę prezentacji w formie badania bądź skanowania organizmu, a Prezes Urzędu dysponuje nagraniem jednego z pokazów, zbędnym jest uzupełnianie materiału dowodowego w żądanym przez Przedsiębiorcę zakresie. Uznać zatem należy, że uwzględnienie omawianego wniosku Przedsiębiorcy nie przyczyni się do poczynienia istotnych ustaleń dla rozstrzygnięcia sprawy i spowoduje jedynie bezzasadne opóźnienie terminu zakończenia niniejszego postępowania.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do 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 wprost 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.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogą stać się klientami Przedsiębiorcy, tj. wziąć udział w organizowanych przez Przedsiębiorcę pokazach i zawrzeć z Przedsiębiorcą umowę sprzedaży. 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.

Wskazać w tym miejscu należy, że celem działań podejmowanych przez Prezesa Urzędu jest ochrona wszystkich nieprofesjonalnych uczestników obrotu gospodarczego, bez faworyzowania wybranej grupy konsumentów. Niemniej jednak Prezes Urzędu ma na uwadze fakt, iż osoby starsze stanowią grupę szczególnie narażoną na negatywne oddziaływanie zakazanych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców. Mając na względzie, że Spółka swe praktyki kierowała w dużej części do osób z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi w tym do seniorów, nie może ulegać wątpliwości, że w interesie publicznym jest podjęcie przez Prezesa Urzędu działań władczych w niniejszej sprawie.

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 sprzedaży towarów. W konsekwencji powyższego, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., 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 bezprawne działanie 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 współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. 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 przestanki 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 z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci w wieku od 40 do 80 lat, do których skierował zaproszenia na pokazy oferowanych przez siebie produktów oraz którym następnie oferował ich zakup. Wskazać należy, że praktyki stosowane przez Przedsiębiorcę były w znacznej mierze kierowane do osób cechujących się różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, w tym w szczególności do osób starszych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki nie dotyczą jednak zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie na prezentację mogła zostać zaproszona każda osoba w wieku od 40-80 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, że w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa konsumentów mogła skorzystać z oferty Przedsiębiorcy i wziąć udział w organizowanym przez niego spotkaniu.

Zaznaczyć należy, że zarzucone Przedsiębiorcy praktyki wprowadzające w błąd, naruszały bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki ograniczały bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

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

2. Bezprawność

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).

2.1. Niedozwolone praktyki rynkowe

Wszystkie zarzucone Przedsiębiorcy praktyki stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe. 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 były związane bezpośrednio z promocją i dystrybucją oferowanego konsumentom produktu znajdującego 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.). Jednocześnie, w art. 7 ustawy określone zostały praktyki wprowadzające w błąd, które w każdych okolicznościach stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe.

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.

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.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane praktyki wprowadzające konsumentów w błąd skierowane były do osób w wieku od 40 do 80 lat, przy czym związane były z oferowanymi przez przedsiębiorcę produktami służącymi poprawie stanu zdrowia. W konsekwencji, za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby w wieku od 40 do 80 roku życia cechujące się różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, w tym w szczególności osoby starsze.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, postawiono Przedsiębiorcy zarzuty stosowania dwóch nieuczciwych praktyk rynkowych, a mianowicie:

- działania polegającego na przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane pokazy handlowe nieprawdziwych informacji co do głównego przedmiotu organizowanych spotkań,

- działania polegające na przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji, które wprowadzają ich w błąd co do stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów o zakupie oferowanych produktów.

2.1.1. Praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji

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.).

Zarzucona Przedsiębiorcy praktyka polega na przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane przez Spółkę pokazy handlowe nieprawdziwych informacji, że głównym przedmiotem tych spotkań były bezpłatne badania profilaktyczne organizowane przez „Centrum Zdrowia (...)”, „Centrum Diagnostyki (...)” lub „Instytut Medyczny (...)”, podczas gdy rzeczywistym ich celem jest zaprezentowanie oferty handlowej Spółki.

Na wstępie podkreślenia wymaga, że Przedsiębiorcy nie zarzucono zaniechania w postaci nieinformowania konsumentów o handlowym celu praktyki. Postawiony zarzut dotyczy działania sprowadzającego się do niezgodnego z rzeczywistością informowania osób zapraszanych o prowadzonych badaniach jako głównym celu organizowanych spotkań, w sytuacji gdy działalność Spółki sprowadzała się w praktyce do prowadzenia sprzedaży w toku prezentacji handlowych organizowanych na terenie całego kraju. W konsekwencji, nie sposób zgodzić się ze stanowiskiem Spółki, że bezprawność jej działań jest wyłączona wobec zamieszczenia w ulotkach informacji o możliwym handlowym charakterze spotkań.

Niezależnie od powyższego, za bezpodstawne uznać należy również stanowisko Przedsiębiorcy, że konsumenci byli informowani w sposób prawidłowy o handlowym celu praktyki w trakcie rozmów telefonicznych inicjowanych na zlecenie Spółki. Twierdzenia Przedsiębiorcy w tym zakresie uznać należy w świetle zgromadzonego materiału dowodowego za niewiarygodne. Za stanowiskiem Prezesa Urzędu w tym zakresie przemawiają w szczególności skrypty rozmów prowadzonych przez spółkę [usunięto] oraz nagranie rozmowy wykonywanej przez telemarketera spółki [usunięto]. Zwrócić przy tym

należy uwagę, że zaproszenia telefoniczne nie mogły w sposób znaczący odbiegać od treści stosowanych ulotek bezadresowych, a zatem nie sposób uznać za wiarygodny dowód w postaci skryptu rozmowy rzekomo stosowany przez spółki [usunięto].

Ze zgromadzonego materiału dowodowego jednoznacznie wynika, że zaproszenia kierowane przez lub na zlecenie Przedsiębiorcy do konsumentów podkreślały niekomercyjny charakter organizowanych pokazów (skanowanie lub badanie organizmu).

Scenariusze rozmów telemarketerów stosowane w ramach współpracy ze spółką [usunięto] wskazują, że konsumenci byli zapraszani na badania oraz konsultacje w imieniu „Centrum Zdrowia Damages” w ramach programu „Profilaktyka to życie”. W rozmowie podkreślano, że profilaktyka oferowanego badania odnosi się do nowotworów, wykrywania stanów zapalnych w organizmie oraz schorzeń takich jak Alzheimer, astma, cukrzyca, nadciśnienie tętnicze. Zaproszenie obejmowało omówienie samego badania. Podkreślano, że po badaniach następuje konsultacja ze specjalistą Centrum. Podkreślano przy tym, że badanie jest bezpłatne, a jego wynik w formie wydruku jest ważny przez rok i honorowany przez każdego lekarza.

Zgodnie ze scenariuszami rozmów, telemarketerzy spółki [usunięto] po pewnym czasie kontaktowali się z osobami zapraszanymi ponownie, przypominając o umówionych badaniach. Rozmowa ta obejmowała informację o celu i przebiegu organizowanych badań, przy podkreśleniu jego niekomercyjnego charakteru (konsumenci mieli zaoszczędzić biorąc udział w tej akcji profilaktycznych badań od 300 do 400 zł). Konsumenci byli jednocześnie informowani o przeciwwskazaniach oraz konieczności przygotowania się do badań. Co znamienne, w analizowanych skryptach nie zawarto jakiegokolwiek informacji wskazującej na rzeczywisty handlowy cel zaproszeń. Nie może zatem ulegać wątpliwości, że konsumenci byli tym samym wprowadzani w błąd co do przyczyny organizowania spotkań z konsumentami.

Ulotki bezadresowe kolportowane bezpośrednio przez Przedsiębiorcę w okresie wakacji letnich 2018 r., choć zawierały lakoniczną i napisaną drobnym drukiem informację o łączeniu prowadzonych pomiarów z przedstawieniem i możliwością nabycia sprzętu medycznego, również wprowadzały w błąd co do przyczyny organizowania spotkań z konsumentami. Spółka zawarła w nich bowiem zaproszenie na bezpłatny pomiar i analizę obciążenia organizmu, dzięki którym konsument miał się dowiedzieć w jakim stanie są systemy: krążeniowy, trawienny, moczowo-płciowy, endokryny oraz immunologiczny. Sprawdzony miał zostać również stan stawów oraz kręgosłupa. Ulotka miała przy tym elementy graficzne sugerujące medyczny charakter prowadzonych pomiarów. W tym zakresie uwagę zwracają logo stanowiące krzyż przypominający krzyż apteczny z wpisaną w jego środek linią pulsu oraz znajdujący się w tle wizerunek człowieka z uwidocznionym układem kostnym i stanami zapalnymi poszczególnych stawów. Taka szata graficzna ulotki zdaniem Prezesa Urzędu sugerowała, że głównym celem spotkania były badania o charakterze medycznym. O handlowym celu konsumenci byli informowani tylko na marginesie i drobnym drukiem, przez co byli wprowadzani w błąd co do przyczyny organizowania przez Przedsiębiorcę spotkań.

Negatywnie należy także ocenić ulotki kolportowane przez [usunięto]. Również i w tym przypadku warstwa informacyjna sprowadza się do zaproszenia na badania o charakterze medycznym - na „skanowanie [biorezonans] organizmu”. Skanowania miało być przy tym wykonywane pod kątem układu krążenia, układu trawiennego, układu

moczowo-płciowego, układu endokrynnego oraz immunologicznego. Podobnie jak w przypadku poprzednio opisanej ulotki, sprawdzane miały być również stawy oraz kręgosłup. W dalszej kolejności ulotka wskazywała miejsce i termin badań, podkreślała ograniczoną liczbę miejsc oraz podkreślała obowiązek uprzedniej rejestracji telefonicznej. Drobniejszym drukiem na końcu zamieszczona była informacja, że w trakcie badań „będzie przedstawiona oferta Centrum”.

Mając na względzie treść ulotki kolportowanej przez [usunięto] nie może ulegać wątpliwości, że wprowadzała ona konsumentów w błąd co do przyczyn organizowania przez Przedsiębiorcę spotkań z konsumentami. Zawierała ona bowiem w zasadzie wyłącznie informacje dotyczące ich niekomercyjnego charakteru, przy całkowitym zmarginalizowaniu danych wskazujących na rzeczywisty cel komunikatu.

Zarzucona Przedsiębiorcy w pkt I sentencji praktyka znajdowała również wyraz w zaproszeniach telefonicznych realizowanych przez spółkę [usunięto]. Ze znajdującego się w aktach sprawy nagrania rozmowy telefonicznej wynika bowiem jednoznacznie, że komunikaty kierowane na zlecenie Przedsiębiorcy sprowadzały się do zaproszenia na bezpłatne badanie.

Odnosząc się do zarzutu Przedsiębiorcy jakoby nie można było mu przypisać odpowiedzialności za komunikaty kierowane przez podmioty trzecie będące profesjonalistami, zaznaczyć należy, że ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika w sposób jednoznaczny, że treść kierowanych do konsumentów zaproszeń była z Przedsiębiorcą konsultowana oraz była przez niego akceptowana. W konsekwencji nie może ulegać wątpliwości, że Spółka ponosi bezpośrednią odpowiedzialność za wprowadzanie konsumentów w błąd w opisanym w pkt I sentencji zakresie.

Podkreślenia wymaga, że w praktyce głównym przedmiotem prowadzonej przez Przedsiębiorcę działalności była sprzedaż prowadzona poza lokalem przedsiębiorstwa. Z oświadczeń Przedsiębiorcy złożonych w toku kontroli wprost wynika, że nie organizował on prezentacji prowadzonych przez osoby o wykształceniu medycznym, a prowadzone były one przez przedstawicieli handlowych Przedsiębiorcy. Uznać można zatem, że rzeczywistym celem prowadzonych przez Przedsiębiorcę spotkań było zaprezentowanie konsumentom jego oferty.

Z punktu widzenia niniejszej sprawy kluczowym jest to, że przyjęta przez Przedsiębiorcę forma kierowanych do konsumentów zaproszeń uniemożliwiała im w praktyce zorientowanie się w rzeczywistym celu organizowanych spotkań.

Z uwagi na powyższe należy stwierdzić, że okoliczności, jakie towarzyszyły przekazywaniu konsumentom informacji o prowadzeniu bezpłatnych badań wprowadzały konsumentów w błąd i utrudniały przeciętnemu konsumentowi zorientowanie się czemu w rzeczywistości owe „badania”, „skanowania” oraz „pomiar” organizowane przez Przedsiębiorcę służą. Opisane działania bezsprzecznie mogły wpływać na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej udziału w prezentacji. W okolicznościach niniejszej sprawy, w ocenie Prezesa Urzędu, tylko podanie przez telemarketerów rzetelnej i pełnej informacji o rzeczywistej przyczynie organizowania spotkań z konsumentami, pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi na podjęcie obiektywnej decyzji dotyczącej wyrażenia zgody na udział w tego rodzaju wydarzeniu. Konsument rzetelnie poinformowany o rzeczywistym celu spotkania, mógłby podjąć decyzję o rezygnacji z udziału w nim z uwagi na jego rzeczywisty komercyjny charakter.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt I sentencji decyzji należy uznać za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd z art. 5 ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów. Jednocześnie, mając na względzie, że Spółka zaniechała prowadzenia działalności w zakresie sprzedaży bezpośredniej, przy czym w dniu 21 maja 2019 r. dokonała stosownych korekt w umowie Spółki w tym przedmiocie, należało uznać, że w dniu następnym, tj. 22 maja 2019 r. ostatecznie zaniechała stosowania zarzuconej jej w pkt I sentencji praktyki.

Uwzględniając powyższe, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów orzeczono jak w pkt I sentencji.

2.1.2. Praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji

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.).

Mając powyższe na względzie w toku postępowania ustalono, że w trakcie organizowanych przez Spółkę prezentacji konsumenci poddawani byli badaniom przy wykorzystaniu urządzenia AM Scan. Z instrukcji obsługi tego urządzenia jednoznacznie wynika, że nie stanowi ono wyrobu medycznego do oceny stanu zdrowia, tylko doboru diety oraz kosmetyków. Mimo tego, przy jego pomocy przedstawiciele handlowi Spółki, prowadzili badania stanu zdrowia osób uczestniczących w pokazach organizowanych przez Spółkę.

Co istotne, w trakcie prezentacji przedstawiciele handlowi wprost zaprzeczali, że są lekarzami. Pomimo tego, w trakcie prelekcji kwestionowali w sposób kategoryczny kompetencje przedstawicieli służby zdrowia oraz aktualnie powszechnie przyjęte metody leczenia. Podkreślali jednocześnie wysoką skuteczność prowadzonych przez nich w trakcie pokazów badań oraz omawianych alternatywnych metod leczenia.

Konsumenci po przeprowadzeniu prezentacji otrzymywali wyniki prowadzonych na wstępie badań, które zawierają informacje co do ogólnego stanu zdrowia osób badanych, stanu ich kręgosłupa, czynników etiologicznych, na które narażone są badane osoby, porażonych narządów oraz układów wspomnianymi czynnikami chorobotwórczymi oraz na temat prawdopodobnej diagnozy. Jednocześnie, wyniki analizowane i omawiane były przez przedstawicieli handlowych w trakcie indywidualnych rozmów z konsumentami. W trakcie tych rozmów przedstawiciele handlowi wskazywali dolegliwości zdrowotne, jakie zostały stwierdzone w trakcie przeprowadzonych badań, a osobom posiadającym możliwości finansowe przedstawiali terapię urządzeniem znajdującym się w ofercie Spółki jako remedium na wszelkie stwierdzone dolegliwości.

W ocenie Prezesa Urzędu tego rodzaju praktykę należy uznać za bezprawną w świetle art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. Za niedopuszczalną bowiem uznać praktykę, w ramach której nieposiadający specjalistycznej wiedzy medycznej handlowcy przekazują konsumentom informacje o ich stanie zdrowia, przy czym informacje te wyinterpretowywane są z wydruków badań prowadzonych przy pomocy urządzeń nie przeznaczonych do tego rodzaju diagnoz.

Tego rodzaju praktyka mogła wprowadzać konsumentów w błąd co do ich stanu zdrowia i wpływać na ich decyzję dotyczącą umowy. Nie ulega bowiem wątpliwości, że informacja o złym stanie zdrowia mogła wpłynąć na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej ewentualnego zakupu oferowanego przez Spółkę urządzenia. Stanowisko to znajduje przy tym potwierdzenie w cytowanej wcześniej skardze konsumentki, z której wprost wynika, że zakupu dokonała pod wpływem otrzymania od przedstawicieli Spółki negatywnej diagnozy jej stanu zdrowia.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów. Jednocześnie, mając na względzie, że Spółka zaniechała prowadzenia działalności w zakresie sprzedaży bezpośredniej, przy czym w dniu 21 maja 2019 r. dokonała stosownych korekt w umowie Spółki w tym przedmiocie, należało uznać, że w dniu następnym, tj. 22 maja 2019 r. ostatecznie zaniechała stosowania zarzuconej jej w pkt II sentencji praktyki.

Uwzględniając powyższe, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów orzeczono jak w pkt II sentencji.

3. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia określony w punkcie III sentencji decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 u.o.k.k., Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Na podstawie art. 27 ust. 4 u.o.k.k. przepis ten znajduje odpowiednie zastosowanie w przypadku wydawania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Przedsiębiorcę obowiązku skierowania listem poleconym - w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli w okresie od dnia 29 grudnia 2017 r. do dnia 21 maja 2019 r. z Radnar spółką z ograniczoną odpowiedzialnością spółką komandytową z siedzibą w Poznaniu umowy sprzedaży w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji, o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 17/2019, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Radnar spółki z ograniczoną odpowiedzialnością spółki komandytowej z siedzibą w Poznaniu (uprzednio funkcjonującą pod firmami DAMAGES sp. z o.o. sp.k. oraz MEDISPOL sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Stęszewie) polegające na:

a) przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu pokazy handlowe nieprawdziwych informacji, że głównym przedmiotem tych spotkań były bezpłatne badania profilaktyczne organizowane przez „Centrum Zdrowia (...)”, „Centrum Diagnostyki (...)” lub „Instytut Medyczny (...)”, podczas gdy rzeczywistym ich celem było zaprezentowanie oferty handlowej Spółki, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070, ze zm.),

b) przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji, które wprowadzały ich w błąd co do stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały, w celu wpłynięcia na decyzje konsumentów o zakupie oferowanych przez Radnar spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu produktów, w sytuacji gdy przekazywane informacje o stanie zdrowia osób uczestniczących w pokazie ustalane były przez przedstawicieli handlowych Spółki na podstawie badań wykonywanych przez nich przy pomocy urządzenia nie będącego wyrobem medycznym, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 ze zm.),

Treść decyzji nr RPZ 17/2019 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.”

Środek ten, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku działań Przedsiębiorcy. Posiadając taką wiedzę, będą oni mogli podjąć decyzję, co do ewentualnego dochodzenia swoich indywidualnych roszczeń. Ponadto, w przypadku uprawomocnienia się decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji decyzji.

4. Wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 u.o.k.k.

W toku postępowania Przedsiębiorca wniósł o wydanie decyzji na podstawie art. 28 u.o.k.k., zobowiązał się przy tym do podjęcia działań szczegółowo opisanych we wstępnej części uzasadnienia decyzji.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 u.o.k.k., jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. Natomiast, w przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Wykładnia ww. przepisu prowadzi do wniosku, że realizacja złożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania powinna

prowadzić do wyeliminowania zarzuconej mu praktyki względnie - w przypadku zaniechania praktyki - jej trwających skutków.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie wydanie decyzji na podstawie ww. przepisu nie jest uzasadnione.

W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony materiał dowodowy w sposób jednoznaczny potwierdza stosowanie przez Przedsiębiorcę niedozwolonych praktyk. W tym kontekście zwrócić należy uwagę, że zarzucone Przedsiębiorcy praktyki cechuje wysoka szkodliwość. Konsumentci wprowadzeni przez Przedsiębiorcę w błąd nie byli w stanie zorientować się, że zapraszani byli *de facto* na komercyjne spotkanie, w toku którego nie były prowadzone badania o charakterze medycznym. Co istotne, Przedsiębiorca swe praktyki kierował w szczególności do osób z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, w tym do osób starszych, które w sposób mniej krytyczny podchodzą do tego rodzaju praktyk.

Za odmową przyjęcia zobowiązania w niniejszej sprawie przemawia również okoliczność, że Przedsiębiorca stosował zakwestionowane praktyki umyślnie, licząc na przedstawienie swej oferty jak najszerszemu kręgowi potencjalnych klientów oraz zwiększenie poziomu prowadzonej sprzedaży. Jednocześnie praktyki te miały długotrwały charakter, a w praktyce Przedsiębiorca podporządkował im prowadzoną przez siebie działalność (wszystkie umowy zawierane były z konsumentami w toku pokazów, którym nadano formę bezpłatnych badań profilaktycznych).

Na marginesie zwrócić należy uwagę, że w ramach rekompensaty publicznej Przedsiębiorca zaproponował dla konsumentów, którzy nie odstąpili od umowy bezpłatne vouchery na 7 lub 14 dniowy pobyt (bez wyżywienia) 2 osób w wybranym ośrodku wypoczynkowym na terenie Polski ważny przez 12 miesięcy, zgodnie ze specyfikacją i warunkami wynikającymi z regulaminu serwisu rezerwacyjnego Darmowe Noclegi. Co istotne, zgodnie z tym regulaminem warunkiem skorzystania z oferty jest opłacenie z góry wyżywienia oraz ewentualnych usług dodatkowych w turnusie. Mając na względzie, że konsumenci chcący skorzystać z tej formy rekompensaty zmuszeni byłiby w praktyce do poniesienia tych często wysokich kosztów, zobowiązanie Przedsiębiorcy w tym zakresie nie mogło zostać przyjęte.

W związku z brakiem wystarczającego uzasadnienia do zastosowania art. 28 u.o.k.k., Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I-II sentencji.

5.Kara

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., 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 1, 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 u.o.k.k. 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 rachunku zysków i strat Spółki wynika, że w 2018 r. Przedsiębiorca uzyskał obrót na poziomie [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2018 r., tj. 4,3000 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). [usunięto]

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., 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.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszeń, Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na Przedsiębiorcę kar pieniężnych za ich stosowanie.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 u.o.k.k. 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 u.o.k.k.).

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 Urzędu 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 dokonaniem 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, że Przedsiębiorca w zaproszeniach na organizowane pokazy wprowadzał konsumentów w błąd co do przyczyny organizowania tych spotkań. Co znamienne, zarówno treść zaproszeń, jak i przebieg prezentacji, pozwalają twierdzić, iż działania Przedsiębiorcy w tym zakresie były prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy.

Analiza dokumentów zgromadzonych w toku postępowania pozwala odtworzyć powtarzalny schemat zaproszeń. Podobnie, poszczególne pokazy miały podobny przebieg. Każdy z nich rozpoczynało krótkie „badanie”. Kolejnym etapem była prelekcja i przedstawienie oferty handlowej. Ostatecznym etapem było rozdanie i omówienie wyników badań przy jednoczesnym prowadzeniu indywidualnych rozmów handlowych. Powtarzalność realizacji powyższego schematu pozwala twierdzić, że przedstawiciele handlowi Przedsiębiorcy byli w tym kierunku przygotowywani. Podkreślenia wymaga, że zarówno forma zaproszeń, jak i sposób prowadzenia pokazów wskazuje na zamiar wprowadzenia konsumentów w błąd co do przyczyny ich organizowania.

W kontekście zgromadzonego materiału dowodowego oraz zasad doświadczenia życiowego, za niewiarygodne Prezes Urzędu uznał wyjaśnienia Przedsiębiorcy złożone w toku kontroli, że prezentacje przygotowywali sami handlowcy, którzy nie byli przez Przedsiębiorcę szkoleni przed rozpoczęciem współpracy, a Przedsiębiorca przekazywał im tylko ogólne wytyczne w tym zakresie, aby „nie przekłamywać”. Oświadczenie w tym zakresie stoi w sprzeczności z twierdzeniem Przedsiębiorcy, jakoby spotkania miały wyglądać porównywalnie. Wskazać bowiem należy, że aby przebieg prezentacji był analogiczny, to handlowcy muszą mieć jasne wytyczne w tym zakresie. Jednocześnie w interesie przedsiębiorcy jest to, aby oferowany przez niego produkt przedstawiany był w sposób przez niego zakładany. Stoi to również w sprzeczności z twierdzeniem Przedsiębiorcy, który w piśmie z dnia 06 listopada 2019 r. (s. 5 pisma) wprost podnosi, że handlowców obowiązywał przedłożony w toku postępowania skrypt prezentacji (dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; nagranie pokazu, k. 497 akt adm.; skrypt prezentacji, k. 340 akt adm.; pismo Przedsiębiorcy z 06 listopada 2019 r., k. 675 akt adm.).

Podobnie za niewiarygodne Prezes Urzędu uznał twierdzenia Przedsiębiorcy, że współpracujący z nim handlowcy zobowiązani byli stosować skrypt prezentacji o przedłożonej w toku kontroli treści. O ile za bezsporne należy uznać samo funkcjonowanie w Spółce skryptu prezentacji, to przedłożona przez Przedsiębiorcę jego treści stoi w jawnej sprzeczności z ustaleniami poczynionymi w trakcie czynności tajemniczego klienta. Dowód ten nie może zatem stanowić podstawy do ustaleń w zakresie rzeczywistego przebiegu organizowanych przez Przedsiębiorcę pokazów (dowód: notatka z odbierania wyjaśnień w toku kontroli, k. 328-330 akt adm.; nagranie pokazu, k. 497 akt adm.; skrypt prezentacji, k. 340 akt adm.; pismo Przedsiębiorcy z 06 listopada 2019 r., k. 675 akt adm.).

Nie może ulegać wątpliwości, że umyślny charakter ma praktyka nakierowana na wprowadzenie konsumentów błąd co do stanu ich zdrowia. Z materiału dowodowego sprawy wprost bowiem wynika, że rzekomo stwierdzone dolegliwości były następnie wykorzystywane przez przedstawicieli handlowych w celu namówienia konsumentów do zakupu oferowanych przez Przedsiębiorcę urządzeń.

Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowane praktyki Przedsiębiorcy, były przemyślane. 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.

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.

5.1. Punkt IV.1 sentencji

Przypisana Przedsiębiorcy w pkt I sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowiła wprowadzające w błąd działanie, które polegało na przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich zaproszeniach na organizowane pokazy handlowe nieprawdziwych informacji co do głównego przedmiotu organizowanych spotkań. Praktyka ta ujawniała się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą było zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do udziału w organizowanym przez Przedsiębiorcę pokazie.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że treść i forma wykorzystywanych przez Przedsiębiorcę w obrocie konsumenckim zaproszeń oraz sposób realizacji samych pokazów mogła wywoływać mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta co do charakteru organizowanych spotkań. Wskutek działań Przedsiębiorcy konsumenci zostali pozbawieni rzetelnej informacji o rzeczywistym celu kierowanego w stosunku do nich przekazu, przy czym mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjęli. Uznać bowiem należy, że konsumenci rzetelnie poinformowani o rzeczywistym celu organizowanego przez Przedsiębiorcę spotkania, mogliby zrezygnować z udziału w nim i to właśnie z uwagi na jego komercyjny charakter.

Bez wątplenia opisana w pkt I sentencji praktyka Przedsiębiorcy może wywierać wpływ także na konkretne decyzje konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do charakteru organizowanych przez Przedsiębiorcę spotkań, mogli być bardziej podatni na stosowane wobec nich działania marketingowe. Pośrednio działania Przedsiębiorcy mogły zatem godzić również w interesy ekonomiczne konsumentów.

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia okoliczność, że przedmiotem oferty Przedsiębiorcy było urządzenie mające służyć poprawie stanu zdrowia. Niedozwolona praktyka dotyczyła zatem w dużej części osób cierpiących na różne schorzenia (osobom zdrowym urządzenia te są niepotrzebne), a więc przynajmniej w części ludzi starszych, w tym emerytów i rencistów.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Przedsiębiorcę. Na podstawie otrzymanych skarg konsumentów można stwierdzić, że ma ona charakter długotrwałej, bo była wykorzystywana przez Przedsiębiorcę od rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej przez Spółkę, tj. od 29 grudnia 2017 r. Potwierdzają to przekazane przez Przedsiębiorcę nagrania rozmów telemarketerów wykonywane w ramach współpracy ze spółką [usunięto].

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2018 r., tj. [usunięto] zł.

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.

Prezes Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, jako okoliczność łagodzącą obniżającą kwotę bazową o [usunięto] % uznał zaniechanie kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania w niniejszej sprawie. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadziła działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki był bardzo duży. Wskazać również należy, że głównym przedmiotem działalności Spółki była sprzedaż urządzenia mającego służyć zdrowiu, oferowanych na pokazach w ramach organizowanych przez Spółkę prezentacji. Zatem niemalże całość uzyskiwanych przez Spółkę przychodów miała związek

z zakwestionowaną w pkt I decyzji praktyką. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (ponad 6 milionów złotych w 2018 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] % (odpowiednio: [usunięto] % w związku z umyślnością, i po [usunięto] % w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym oraz znacznymi korzyściami uzyskanymi przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem). Uwzględniając wszystkie zarówno okoliczności łagodzące, jak i obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto] %, do kwoty [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 132.370,00 zł, co stanowi [usunięto] % obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2018 r. oraz [usunięto] % maksymalnego wymiaru kary.

5.2. Punkt IV.2 sentencji

Przypisana Przedsiębiorcy w pkt II sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowiła wprowadzające w błąd działanie, które polegało na przekazywaniu konsumentom wprowadzających w błąd informacji co do ich stanu zdrowia, w tym w zakresie posiadanych schorzeń oraz czynników, które schorzenia te wywołały. Praktyka ta ujawniała się zatem na etapie przedkontraktowym i miała na celu zainteresowanie ofertą Spółki jak największej grupy osób uczestniczących w pokazie.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że konsumenci przy pomocy prowadzonych przez Przedsiębiorcę badań byli wprowadzani w błąd co do stanu zdrowia, w którym się aktualnie znajdowali. Wskutek działań Przedsiębiorcy konsumenci byli pozbawiani możliwości podejmowania racjonalnych decyzji rynkowych, gdyż pod wpływem otrzymanej sugestii o złym stanie zdrowia, decydują się na zakup

oferowanego przez Przedsiębiorę urządzenia. Stwierdzić należy, że konsument przekonany o dobrym stanie jego zdrowia, z dużo większym krytycyzmem rozważyłby ofertę Spółki.

Bez wątpienia opisana w pkt II sentencji praktyka Przedsiębiorcy mogła wywierać wpływ także na konkretne decyzje konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do stanu zdrowia, mogli być bardziej podatni na stosowane wobec nich działania marketingowe. Pośrednio działania Przedsiębiorcy mogły zatem godzić również w interesy ekonomiczne konsumentów.

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia okoliczność, że przedmiotem oferty Przedsiębiorcy było urządzenie mające służyć poprawie stanu zdrowia. Niedozwolone praktyka dotyczyła zatem w dużej części osób cierpiących na różne schorzenia (osobom zdrowym urządzenia te są niepotrzebne), a więc przynajmniej w części ludzi starszych, w tym emerytów i rencistów.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Przedsiębiorcę. Na podstawie dokumentacji dotyczącej spraw spornych przekazanej przez Przedsiębiorcę w toku kontroli można przy tym stwierdzić, że ma ona charakter długotrwały, przy czym jest wykorzystywana przez Przedsiębiorcę od początku wykonywania działalności przez Spółkę, tj. od 29 grudnia 2017 r. (spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS w tym dniu).

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2018 r., tj. [usunięto] zł.

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.

Prezes Urzędu, w przypadku drugiej z zarzuconych praktyk, jako okoliczność łagodzącą obniżającą kwotę bazową o [usunięto] % uznał zaniechanie kwestionowanej praktyki jeszcze przed wszczęciem postępowania w niniejszej sprawie. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadziła działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki był bardzo duży. Wskazać również należy, że głównym przedmiotem działalności Spółki była sprzedaż urządzenia mającego służyć zdrowiu, oferowanych na pokazach w ramach organizowanych przez Spółkę prezentacji. Zatem niemalże całość uzyskiwanych przez Spółkę przychodów miała związek z zakwestionowaną w pkt I decyzji praktyką. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (ponad 6 milionów złotych w 2018 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] % (odpowiednio: [usunięto] % w związku z umyślnością, i po [usunięto] % w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym oraz znacznymi korzyściami uzyskanymi przez Przedsiębiorcę w związku ze stwierdzonym naruszeniem). Uwzględniając wszystkie zarówno okoliczności łagodzące, jak i obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto] %, do kwoty [usunięto] zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 264.741,00 zł, co stanowi [usunięto] % obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2018 r. 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, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

6. 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 (t.j.: 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 25,90 zł.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

7. Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (j. t.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1460, ze zm. - dalej: 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 o kosztach zawartego w pkt V 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 479³² § 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.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j.: Dz. U. z 2018 r., poz. 300 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

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