



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

DOZIK-610-7/18/MS

Warszawa, 23 listopada 2021

WERSJA JAWNA - INFORMACJE STANOWIĄCE TAJEMNICĘ PRZEDSIĘBIORSTWA ORAZ INNE
INFORMACJE PRAWNIE CHRONIONE OZNACZONO [***]

DECYZJA nr DOZIK 9/2021

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie **Pomorskiego Centrum Medycznego spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie** (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieinformowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania organizowane przez ww. przedsiębiorcę o handlowym celu praktyki, tj. możliwości zawarcia - bezpośrednio po zorganizowanym spotkaniu - umowy sprzedaży, której przedmiotem jest pakiet medyczny, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) i stwierdza jej zaniechanie z dniem 31 marca 2019 r.;

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie **Pomorskiego Centrum Medycznego spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie** (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na zawarciu w umowach sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.), podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do zawieranej przez ww. przedsiębiorcę z konsumentami umowy sprzedaży pakietu medycznego, co narusza art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.) i stwierdza jej zaniechanie z dniem 31 marca 2019 r.;

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie **Pomorskiego Centrum Medycznego spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie** (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na nieinformowaniu konsumentów w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się z ww. przedsiębiorcą umową poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest sprzedaż pakietu medycznego, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach

konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.), a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, co narusza art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.) i stwierdza jej zaniechanie z dniem 31 marca 2019 r.;

IV. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie **Pomorskiego Centrum Medycznego spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie** (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na zawarciu w umowie sprzedaży pakietu medycznego postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy, podczas gdy karę umowną można zastrzec w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego, co narusza art. 483 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1740 ze zm.) i stwierdza jej zaniechanie z dniem 31 marca 2019 r.;

V. Na podstawie art. 26 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275) **nakłada** się na Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) **środek usunięcia trwających skutków praktyk stwierdzonych w pkt I-IV niniejszej decyzji** w ten sposób, że Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) skieruje listem poleconym za zwrotnym potwierdzeniem odbioru, w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji do wszystkich konsumentów, którzy zawarli, w okresie od 1 stycznia 2016 r. do dnia 31 marca 2019 r., z przedmiotową spółką umowę sprzedaży pakietu medycznego o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych”, pisemną informację o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr DOZIK 9/2021, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów zachowania Pomorskiego Centrum Medycznego spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na:

1) wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieinformowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania organizowane przez ww. przedsiębiorcę o handlowym celu praktyki, tj. możliwości zawarcia - bezpośrednio po zorganizowanym spotkaniu - umowy sprzedaży, której przedmiotem jest pakiet medyczny, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070);

2) zawarciu w umowach sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.), podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do zawieranej przez ww. przedsiębiorcę z konsumentami umowy sprzedaży pakietu medycznego, co narusza art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.);

3) nieinformowaniu konsumentów w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się z ww. przedsiębiorcą umową poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest sprzedaż pakietu medycznego, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.), a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, co narusza art. 12 ust. 1 pkt 9

ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.);

4) zawarciu w umowie sprzedaży pakietu medycznego postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy, podczas gdy karę umowną można zastrzec w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego, co narusza art. 483 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1740 ze zm.).

Treść decyzji nr DOZIK 9/2021 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.

Jednocześnie informujemy, iż prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym. Oznacza to, że ustalenia Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego. Konsumenti mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.”

Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie), w zakresie wykonania powyżej wskazanego środka usunięcia trwających skutków praktyk stwierdzonych w pkt I-IV niniejszej decyzji, podejmie poniżej określone działania:

a) w przypadku zwrotu pisma z adnotacją inną niż wskazująca na brak zasadności kierowania kolejnego pisma (np. adresat nieznan, niewłaściwy adres, adresat nie żyje), Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) dokona kolejnej próby poinformowania konsumenta poprzez list polecony za zwrotnym potwierdzeniem odbioru.

b) w przypadku zwrotu pierwszego pisma z adnotacją wskazującą na brak zasadności kierowania kolejnego pisma (np. adresat nieznan, niewłaściwy adres, adresat nie żyje) lub w przypadku braku możliwości doręczenia drugiego pisma - niezależnie od przyczyny, Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) dokona próby skontaktowania się z konsumentem, poprzez dostępne dane (z pominięciem adresu, na który nadano pisma), w tym w drodze telefonicznej, sms-owej lub e-mailowej celem przekazania informacji o wydanej decyzji nr DOZIK 9/2021 oraz informacji iż jej treść dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.

VI. Na podstawie art. 106 ust. 6 w zw. z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275), nakłada się na Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie):

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji decyzji, **karę pieniężną w wysokości 46 148 zł** (słownie: czterdzieści sześć tysięcy i sto czterdzieści osiem złotych), co stanowi równowartość 10 000 euro, płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji decyzji, **karę pieniężną w wysokości 41 533 zł** (słownie: czterdzieści jeden tysięcy i pięćset trzydzieści trzy złote), co stanowi równowartość 9 000 euro, płatną do budżetu państwa,
3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy, w zakresie opisanym w pkt III sentencji decyzji, **karę pieniężną w wysokości 41 533 zł** (słownie: czterdzieści jeden tysięcy i pięćset trzydzieści trzy złote), co stanowi równowartość 9 000 euro, płatną do budżetu państwa,
4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 tej ustawy,

w zakresie opisanym w pkt IV sentencji decyzji, **karę pieniężną w wysokości 46 148 zł** (słownie: czterdzieści sześć tysięcy i sto czterdzieści osiem złotych), co stanowi równowartość 10 000 euro, płatną do budżetu państwa.

VII. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 735, ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciąża się Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w **kwocie 127 zł** (słownie: sto dwadzieścia siedem złotych) w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”), w związku z pojawiającymi się skargami na działalność Pomorskiego Centrum Medycznego spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: OCM sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie; dalej: „Spółka”, „OCM” lub „Przedsiębiorca”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. DDK-405-2/17/ZG) wszczęte postanowieniem z dnia 20 stycznia 2017 r. mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z praktykami stosowanymi przez Spółkę przy zawieraniu poza lokalem przedsiębiorstwa umów o świadczenie usług zdrowotnych, doszło do naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach. Z informacji wskazanych w skargach konsumentów wynikało, że konsumenci zapraszani byli telefonicznie na bezpłatne badania stanu zdrowia organizowane przez OCM, a po ich wykonaniu oferowano im umowy o świadczenie usług zdrowotnych. W ramach postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu wskazał na możliwe naruszenia praw konsumentów w związku z działalnością Spółki, podnosząc kwestię braku zgody konsumenta na kontakt telefoniczny ze strony OCM oraz kwestię możliwości stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd poprzez zaniechanie polegające na nieujawnianiu konsumentom handlowego celu spotkania, na które byli telefonicznie zapraszani.

W toku ww. postępowania Spółka wskazała, że zapraszała telefonicznie konsumentów na organizowane przez nią badania podkreślając, że udział w tych badaniach był bezpłatny. Zdaniem Spółki uczestnicy organizowanych przez nią spotkań nie mieli możliwości zawarcia w ich trakcie umowy. W ocenie Spółki spotkania te miały charakter wyłącznie edukacyjny, w związku z powyższym nie miały one charakteru spotkania handlowego. Spółka oświadczyła, że spotkanie podczas którego konsumentom przedstawiana była jej oferta było całkowicie odrębne i niezależne od tego, w trakcie którego odbywały się badania. Spółka wskazała, że informacja o spotkaniu handlowym była przekazywana uczestnikom spotkania ustnie po zakończeniu spotkania dotyczącego profilaktyki zdrowotnej.

Zgromadzone materiały dowodowe, w tym skargi konsumentów oraz stosowane przez OCM wzorce umów, dały podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 23 października 2018 r., postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wskazanych w punktach I-IV sentencji niniejszej decyzji. Analiza stosowanego przez Spółkę wzorca umowy prowadzi do wniosku, że przedmiotem umowy zawieranej pomiędzy Spółką a konsumentem nie jest świadczenie usług zdrowotnych, a

wykupienie dostępu do abonamentu medycznego w ramach którego Spółka zobowiązywała się do organizacji opieki zdrowotnej dla swojego kontrahenta. Szersze wyjaśnienia przedmiotowej kwestii zostały zawarte w późniejszej części przedmiotowej decyzji.

Spółka w odpowiedzi na wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w piśmie z dnia 12 listopada 2018 r. ustosunkowała się do postawionych zarzutów wskazując, że jej działania nie naruszają wskazanych w zarzutach przepisów prawa. Odnosząc się do zarzutu wprowadzania konsumentów w błąd w telefonicznych zaproszeniach na organizowane przez nią spotkania Spółka podtrzymała swoje wcześniejsze stanowisko wyrażane w postępowaniu wyjaśniającym wskazując, że spotkania te nie mają charakteru handlowego. W ocenie Spółki, na organizowanych przez nią spotkaniach odbywały się jedynie badania oraz działania w zakresie ochrony zdrowia, a uczestnicy tych spotkań nie mieli możliwości zawarcia bezpośrednio po nich umowy o świadczenie usług zdrowotnych. Spółka oświadczyła, że zawarcie z nią umowy odbywało się na kolejnym spotkaniu, na którego uczestnictwo konsumenci wyrażają odrębną zgodę, którą w celach dowodowych pobiera od konsumentów na piśmie, oraz że spotkania te najczęściej organizowane są w innym miejscu. W odpowiedzi na wskazane w pkt II i III sentencji decyzji zarzuty, Spółka wyraziła stanowisko, zgodnie z którym w jej ocenie ustawa o prawach konsumenta nie znajdzie zastosowania do jej usług z uwagi na wyłączenie wynikające z art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.; dalej „ustawa o prawach konsumenta”), zgodnie z którym przepisów ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej. Jak wskazała Spółka, *„przyjmując nawet, że przedmiotem zawieranej pomiędzy Spółką konsumentem umowy jest wykupienie dostępu do usług zdrowotnych to umowa wciąż dotyczy usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia”*. Spółka również nie zgodziła się z ostatnim zarzutem wskazanym w pkt IV sentencji decyzji wskazując, że stosowane przez nią postanowienie nakładające karę umowną nie narusza przepisów prawa.

W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów prokurent samoistny Spółki pismem z dnia 3 sierpnia 2019 r. poinformował Prezesa Urzędu, że w związku z odwołaniem dotychczasowego Prezesa Zarządu Spółki, od dnia 10 kwietnia 2019 r. Spółka nie ma organu uprawnionego do jej reprezentacji. W związku z tym, że informacja ta nie została uwidoczniiona w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, Prezes Urzędu pismem z dnia 10 września 2019 r. zawiadomił Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawa XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego o konieczności przeprowadzenia postępowania przymuszającego w trybie art. 24 ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (t.j. Dz.U. 2019 poz. 1500 ze zm.; dalej: „ustawy o krajowym rejestrze sądowym”) względem Spółki, w celu przymuszenia Spółki do powołania lub wyboru nowego organu.

Jak wynika z wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego dla Spółki po numerem KRS: 0000476627, Spółka od dnia 26 listopada 2019 r. powołała organ uprawniony do jej reprezentacji.

W celu ustalenia średniego obrotu Spółki osiągniętego w trzech ostatnich latach obrotowych Prezes Urzędu pismem z dnia 9 grudnia 2020 r. zwrócił się do Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Warszawie o przekazanie poświadczonej przez organ kopii zeznania o wysokości dochodu (straty) osiągniętego przez Spółkę w latach podatkowych 2017, 2018 oraz 2019. Pismem z dnia 30 grudnia 2020 r. Naczelnik Drugiego Urzędu Skarbowego w Warszawie przekazał kopię zeznania podatkowego Spółki CIT-8 za 2017 r., oraz poinformował, że nie odnotował wpływu zeznań o wysokości osiągniętego dochodu

(poniesionej straty) Spółki za okres 2018-2019.

Prezes Urzędu pismem z dnia 15 października 2020 r. wezwał Spółkę do przekazania informacji i dokumentów w celu dokonania kolejnych ustaleń faktycznych w zakresie stosowanych przez nią praktyk, w tym m.in. czy Spółka zaniechała ich stosowania. Wezwanie to wysłane na ujawniony w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego adres, pomimo dwukrotnego awizowania, nie zostało podjęte w wyznaczonym przez operatora pocztowego terminie. Przeprowadzone przez pracownika UOKiK oględziny miejsca, w którym miałyby znajdować się siedziba Spółki wskazały, że pod tym adresem nie znajdują się jakiegokolwiek oznaczenia wskazujące na ulokowanie tam siedziby Spółki. Ponadto z informacji udzielonej przez pracownika ochrony budynku biurowego znajdującego się pod przedmiotowym adresem wynikało, że w tym budynku Spółka miała swoją faktyczną siedzibę do końca 2019 r.

W związku z prawdopodobieństwem, iż wpis Spółki do Krajowego Rejestru Sądowego był niezgodny z rzeczywistym stanem rzeczy, Prezes Urzędu pismem z dnia 30 listopada 2020 r. zawiadomił Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawa XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego o potrzebie przeprowadzenia postępowania przymuszającego w trybie art. 24 ustawy o krajowym rejestrze sądowym względem Spółki w celu wpisania przez nią do ww. rejestru prawidłowego adresu siedziby.

W prowadzonym dla Spółki pod numerem KRS: 0000476627 rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego od dnia 12 lutego 2021 r. pojawił się wpis wskazujący na nowy adres siedziby Spółki - ul. Powstańców Śląskich, nr 103 lok. 1, 01-355 Warszawa.

W związku z powyższym Prezes Urzędu ponownie wezwał Spółkę, pismem z dnia 25 lutego 2021 r., do przekazania informacji w celu dokonania kolejnych ustaleń faktycznych w zakresie stosowanych przez nią praktyk.

Spółka, pismem z dnia 11 marca 2021 r. oświadczyła, że zaniechała organizowania spotkań z konsumentami, na które zapraszała ich za pośrednictwem kontaktu telefonicznego pod koniec marca 2019 r. oraz że nie zamierza wrócić do poprzedniego modelu prowadzenia działalności i skupia się jedynie na obsłudze konsumentów z którymi ma podpisane umowy na abonament medyczny. Spółka nie przekazała stosowanych przez nią wzorców umów, za okres wskazany w wezwaniu Prezesa Urzędu wskazując, że nie jest w ich posiadaniu. Spółka dodała, że przekazała Prezesowi Urzędu wszystkie stosowane przez nią wzorce w trakcie postępowania wyjaśniającego sygn. DDK-405-2/17/ZG. Spółka oświadczyła, że od 2018 r. nie sporządzała sprawozdań finansowych oraz nie posiada rachunku bankowego, w związku z tym nie jest w posiadaniu dokumentów umożliwiających obliczenie jej obrotu i tym samym nie jest w stanie wskazać obrotu osiągniętego przez nią w trzech ostatnich latach obrotowych.

Prezes Urzędu kolejny raz wystąpił do Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego, pismem z dnia 15 lipca 2021 r., w celu ustalenia średniego obrotu Spółki osiągniętego w trzech ostatnich latach obrotowych tj. 2018-2020 r. Pismem z dnia 22 lipca 2021 r. Naczelnik Drugiego Urzędu Skarbowego w Warszawie poinformował, że nie odnotował wpływu zeznań o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) Spółki za okres 2018-2020.

Pismem z dnia 27 września 2021 r. Prezes Urzędu skierował do Spółki zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego. W dniu 13 października 2021 r. pełnomocnik Spółki zapoznał się z aktami sprawy.

Prezes Urzędu ustalił, następujący stan faktyczny:

Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego

Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000476627. W dniu 26 listopada 2019 r. Spółka dokonała zmiany nazwy firmy z OCM spółka z ograniczoną odpowiedzialnością na Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.

[dowód: wydruk KRS - k. 1036 akt adm.]

W dniu 12 lutego 2021 r. dokonano zmian w prowadzonym dla Spółki, pod numerem 0000476627, wpisie Krajowego Rejestru Sądowego. Wykreślono adres siedziby Spółki: ul. Brzeska 2, 03-737 Warszawa, wpisano adres: ul. Powstańców Śląskich, nr 103 lok. 1, 01-355 Warszawa.

[dowód: wydruk KRS - k. 1037 akt adm.]

Spółka poza lokalem swojego przedsiębiorstwa, na terenie całego kraju, organizowała spotkania z konsumentami, na których przeprowadzała badania stanu zdrowia oraz wykłady na temat zdrowia, a następnie oferowała im umowy, w ramach których zobowiązywała się zapewnić konsumentowi dostęp do poszczególnych świadczeń zdrowotnych zgodnie z wybranym przez niego pakietem medycznym. Uczestnictwo w programie medycznym Spółka oferowała na okres 12, 24 lub 48 miesięcy.

[dowód: k. 547-549 akt adm.]

Spółka oświadczyła, że działalność związaną z oferowaniem ww. umów prowadziła od dnia 1 listopada 2014 r.

[dowód: k. 548 akt adm.]

Usługi zdrowotne dostępne w ramach zawieranej ze Spółką umowy świadczone były zarówno samodzielnie przez Spółkę, jak i przez podmioty z nią współpracujące, na dowód czego Spółka w piśmie z dnia 26 lutego 2017 r. przekazała podpisane z jej kontrahentami umowy dotyczące tej współpracy. W piśmie z dnia 12 listopada 2018 r. Spółka oświadczyła, że do tego dnia zawarła umowy z podmiotami medycznymi, które posiadają łącznie [****] placówek medycznych na terenie całego kraju. Natomiast w ramach samodzielnie realizowanych przez nią usług medycznych Spółka wskazała, że posiada jedną placówkę medyczną na terenie Warszawy znajdującą się pod adresem jej siedziby.

[dowód: k. 548, 579-593, 684 akt adm.]

W zakresie oferowanych przez Spółkę abonamentów medycznych o nazwie „Zdrowy Senior Plus” oraz „Zdrowy Senior Premium” wchodziły w określoną, w zależności od abonamentu, liczbę do wykorzystania: badania laboratoryjne; konsultacje lekarza podstawowej opieki zdrowotnej; konsultacje z lekarzami o określonej w abonamencie specjalizacji oraz badania diagnostyczne.

[dowód: k. 548, 552-578 akt adm.]

Oferowane w trakcie organizowanych przez Spółkę spotkań umowy były zawierane za pośrednictwem jej przedstawicieli handlowych upoważnionych przez Prezesa Spółki.

[dowód: - k. 549 akt adm.]

Na podstawie oświadczeń Spółki Prezes Urzędu ustalił, że ilość zawartych z konsumentami przez Spółkę umów na organizowanych przez nią spotkaniach kształtowała się następująco: w 2014 - [****]; w 2015 r. - [****]; w 2016 r. - [****]; w 2017 r. - [****]; w 2018 r. - [****]; 2019 r. - [****]. Niezależnie od powyżej przedstawionych danych Spółka oświadczyła, że w zakresie swojej działalności sprzedawała również abonamenty medyczne za pośrednictwem platformy internetowej pod adresem www.groupon.pl. Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, iż za pośrednictwem ww. platformy zawarła w 2016 r. [****] umowy, a w 2017 r. [****] umów. Niemniej jednak Spółka nie przekazała informacji

jakie umowy zawierała przez ww. platformę, w szczególności czy były one zawierane w oparciu o ten sam wzorzec umowy, który był oferowany na organizowanych przez nią pokazach.

[dowód: k. 548, 1028 akt adm.]

Ze zgromadzonych w materiale dowodowym skarg wynika, że najczęściej zawierany przez Spółkę z konsumentami abonamentem był pakiet o nazwie „Zdrowy Senior Plus” na okres 48 miesięcy w cenie 6.500,00 zł. Z niektórych skarg konsumentów włączonych w materiał dowodowy wynika, że konsumenci zawarli również umowy ze Spółką z abonamentem „Zdrowy Senior Premium” na okres 48 miesięcy w cenie w okolicach kwoty 11.000,00 zł.

[dowód: załączone do skarg konsumentów umowy zawarte ze Spółką - k. 16-514, 777-960 akt adm.]

Spółka na organizowane przez nią spotkania zapraszała konsumentów drogą telefoniczną. Zaproszenia telefoniczne kierowane do konsumentów miały charakter zaproszenia na bezpłatne badania oraz wykłady o tematyce prozdrowotnej. Obowiązki związane z telefonicznym zapraszaniem konsumentów Spółka powierzała podmiotom zajmującym się świadczeniem usług telemarketingowych.

Spółka do końca 2016 r. w zakresie zapraszania konsumentów na organizowane przez nią spotkania korzystała z usług [*****]. Natomiast od początku 2017 r. w tym zakresie współpracowała z [*****] oraz [*****]. W ramach tej współpracy Spółka zawarła z ww. podmiotami umowy o świadczenie usług telemarketingowych.

[dowód: k. 607-633 akt adm.]

W ramach zawartych ze Spółką umów zlecających przeprowadzenie akcji telemarketingowych ww. podmioty zobowiązane były do nawiązania kontaktu telefonicznego z konsumentami, do których numery telefonu podmioty te pozyskiwały ze swoich baz danych. Podmioty te w imieniu Spółki przeprowadzały z potencjalnymi klientami rozmowy telefoniczne w oparciu o skrypt zaakceptowany przez Spółkę. Przed realizacją konkretnej akcji telemarketingowej Spółka przekazywała ww. podmiotom pisemne zamówienie jej przeprowadzenia, w którym określała nazwę i cele przeprowadzanej akcji, informację o rodzaju badania odbywającego się na spotkaniu oraz informacje odnośnie miejsca i czasu w którym odbędzie się to spotkanie.

[dowód: k. 607-633 akt adm.]

W przekazanej Prezesowi Urzędu umowie [*****] zawartej pomiędzy Spółką a [*****] oraz umowie [*****] zawartej pomiędzy Spółką a [*****] wskazano następujące zasady zlecenia przez Spółkę akcji telemarketingowych:

„§ 1 pkt 2 [*****]

*****].”

„§ 1 pkt 3 [*****]

*****].”

„§ 5 [*****

*****]
*****]”

[dowód: k. 608-609 akt adm.;]

Ponadto Spółka zobowiązana była do [*****
*****].

„§ 2 pkt. 2 a) [*****

*****]
*****].”

[dowód: k. 608 akt adm.]

Z załączonych skryptów rozmów do umów zawartych pomiędzy Spółką, a [*****] oraz [*****] wynika, że Spółka zapraszając konsumentów na badania nie informowała ich, iż po przeprowadzonym spotkaniu, na którym przeprowadzone są badania zdrowia odbędzie się prezentacja oferty Spółki. Z informacji zawartych w przedmiotowych skryptach wynika, że telemarketerzy informowali o bezpłatnych badaniach spirometrycznych oraz badaniach pulsoksymetrem, które mają się odbyć dla osób powyżej 40 roku życia, miejscu i czasie przeprowadzenia badania oraz o planowanym wykładzie dotyczącym tematyki zdrowotnej. Ponadto telemarketerzy informowali o tym, że na spotkaniu można dodatkowo uzyskać skierowanie na „dowolny panel badań laboratoryjnych”. W skryptach używanych przez ww. przedsiębiorców zamieszczona została jedynie informacja o następującej treści: „po pierwszej części będzie część druga, która nie jest obowiązkowa. Dowie się P/P również jak leczyć się w naszym Centrum. Następnie jest najważniejsza część spotkania czyli tzw. indywidualne konsultacje przy okazji których będzie P/P mógł/a zadawać szczegółowe pytania dotyczące oferty spółki oraz w bardziej intymnej atmosferze omówić wszystko jeszcze raz”.

[dowód: k. 613, 623 akt adm.]

Również z załączonego skryptu rozmów do umowy zawartej pomiędzy Spółką, a [*****] wynika, że dzwoniący w imieniu Spółki telemarketerzy nie informowali konsumentów, iż po przeprowadzonym spotkaniu, na którym przeprowadzone są badania zdrowia odbędzie się prezentacja oferty Spółki.

[dowód: k. 632, 633 akt adm.]

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu do przekazania wyjaśnień w zakresie współpracy ze Spółką, [*****] wskazała, że w rozmowie telefonicznej z konsumentami konsultant przekazywał informacje dotyczące miejsca, czasu oraz charakterystyki bezpłatnych badań. Podczas rozmowy telefonicznej konsument mógł dokonać rezerwacji miejsca na badaniu zorganizowanym przez Spółkę oraz wyrazić chęć otrzymania ponownego telefonu z przypomnieniem o terminie akcji. Spółka [*****] przekazała nagrania rozmów telefonicznych przeprowadzonych w wykonaniu umowy zawartej z OCM oraz treść skryptu rozmów prowadzonych z konsumentami w ramach zleconej przez OCM akcji telemarketingowej. Skrypt ten jest tożsamy z powyżej opisanym skryptem przekazany przez Spółkę.

[dowód: k. 651 - 654 akt adm.]

Z odsłuchanych nagrań rozmów telefonicznych odbytych przez pracowników spółki

[*****] wynika, że informowali oni rozmówców o możliwości poddania się bezpłatnym badaniom, przy czym oferta skierowana była dla osób powyżej 40 roku życia. Ponadto konsumenci byli informowani o możliwości skonsultowania się z dietetykiem, a także o możliwości uzyskania skierowania na pobieranie krwi. Konsument otrzymywał informację, że po zakończeniu badań odbędzie się kolejna indywidualna konsultacja dotycząca wyników badań. Podczas rozmów kilkakrotnie podkreślano, że badania te są bezpłatne. Konsumenci zachęceni byli do pojawienia się na badaniu wraz z osobą towarzyszącą. W toku przeprowadzanych rozmów telefonicznych nie pojawiała się informacja o handlowym celu przedmiotowych spotkań, tj. o możliwości zawarcia ze Spółką umowy po zakończonym spotkaniu.

[dowód: k. 652 akt adm.]

[*****], w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu wskazała, że realizowała kampanię dotyczącą zapraszania zainteresowanych osób na profilaktyczne badania oraz na wykład dotyczący profilaktyki zdrowia i profilaktyki żywieniowej na podstawie przekazanej przez nią umowy z dnia [*****] Ta sama umowa ta została przekazana Prezesowi Urzędu przez Spółkę. [*****] poinformowała, że nie jest w posiadaniu nagrań rozmów telefonicznych przeprowadzonych w wykonaniu umowy zawartej ze Spółką z uwagi na zaprzestanie współpracy z OCM oraz że ostatnia kampania na rzecz OCM została przeprowadzona w dniu 12 kwietnia 2017 r.

[dowód: 657-675 akt adm.]

Zgromadzone przez Prezesa Urzędu skargi konsumentów również wskazują, że Spółka nie przekazywała podczas rozmowy telefonicznej z konsumentem, w trakcie której przedstawiane było zaproszenie na badanie stanu zdrowia, informacji o możliwości zawarcia z nią umowy bezpośrednio po spotkaniu na którym przeprowadzane jest badanie:

„W dniu 17 lub 18.03.2015 zostałam telefonicznie zaproszona na wykład o sposobach dbałości o zdrowie seniora, który był zaplanowany na 20 marca b.r. (sobota)”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 15 kwietnia 2015 r. - k. 50 akt adm.]

„Zwracam się z uprzejmą prośbą o pomoc w odzyskaniu bezpodstawnie wyłudzonych ode mnie pieniędzy w kwocie 6500,00 zł przez w/w Spółkę w 15 lipca 2015 r. W tym dniu zgłosiłem się na spotkanie do hotelu Arkadia w Warszawie na które zostałem zaproszony telefonicznie. Osoby reprezentujące Ogólnopolskie Centrum Medyczne św. Łukasza zachwalały abonament medyczny „Zdrowy Senior Plus.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 27 lipca 2015 r. - k. 167 akt adm.]

„Zaproszenie do Bytomskiego Centrum Kultury na nieodpłatne badania odebrałam jako inicjatywę Miasta Bytom w ramach polityki senioralnej Miasta, szczególnie ze względu na moje problemy zdrowotne oraz wcześniejsze interwencje pogotowia ratunkowego ze względu na moje schorzenia. W zaproszeniu telefonicznym nie było mowy o jakiegokolwiek prezentacji usług medycznych, możliwości zawarcia umowy itp.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 18 lipca 2015 r. - k. 389 akt adm.]

„Telefonicznie zawiadomiono mnie o bezpłatnym badaniu spirometrycznym”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 19 czerwca 2015 r. - k. 264 akt adm.]

„15 IV 2015 byłam zaproszona telefonicznie na badanie stanu zdrowia więc spodziewałam się analizy parametrów wynikających z karty pacjenta. Niestety rozmowa na spotkaniu ze specjalistą sprowadzała się tylko do zawarcia umowy na abonament medyczny.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 27 maja 2015 r. - k. 354 akt adm.]

„W dniu 14.08.2015 roku poszłam na „bezpłatne badania medyczne”, na które zostałam

zaproszona telefonicznie na ulicę Mickiewicza w Tarnowie.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 25 sierpnia 2015 r. - k. 444 akt adm.]

„Zostałam telefonicznie zaproszona na bezpłatne badanie spirometryczne oraz badanie krwi na TSH, które miały się odbyć w Domu Sztuki przy ul. Wiolinowej 14, w dniu 05.10.2017 r.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 11 października 2017 r. - k. 820 akt adm.]

„Zaproszenie na spotkanie dostałam przez telefon. Spotkanie odbyło się na terenie Spółdzielni mieszkaniowej przy ul. Surowieckiego w dniu 26.09.2018 r.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 11 października 2017 r. - k. 796 akt adm.]

Spółka, pomimo wezwania Prezesa Urzędu, nie przekazała informacji co do okresu współpracy oraz podmiotów, z którymi współpracowała w zakresie zapraszania konsumentów na spotkania przez nią organizowane, w okresie po zakończonej współpracy z podmiotami: [*****], [*****].

Niemniej jednak ze skarg konsumentów wynika, iż Spółka nadal organizowała spotkania na które zapraszała konsumentów telefonicznie.

[dowód: 1013, 1024, 1028 akt adm.]

W odpowiedzi na postawiony przez Prezesa Urzędu zarzut braku informowania w trakcie telefonicznych zaproszeń o handlowym celu organizowanego przez Spółkę spotkania, Spółka w piśmie z dnia 12 listopada 2018 r. przedstawiła opis schematu jej spotkań. Spółka wskazała, że organizuje spotkania dla zaproszonych drogą telefoniczną konsumentów, na których wykonywane są darmowe badania. Następnie po zakończeniu spotkania, Spółka pyta konsumenta czy wyraża on zgodę na przedstawienie mu oferty handlowej Spółki i zaprasza na kolejne spotkanie. Spółka oświadczyła, że konsumenci wyrażają odrębną zgodę na to spotkanie, którą w celach dowodowych Spółka okresowo pobiera od nich na piśmie. Jak wskazała Spółka, w przypadku gdy większa liczba konsumentów wyraziła zgodę na przedstawienie oferty handlowej Spółki, organizowała odrębne spotkanie o charakterze sprzedażowym podczas którego konsument mógł zdecydować o zawarciu umowy ze Spółką oraz że spotkanie to było najczęściej organizowane w innym miejscu po spotkaniu, na którym przeprowadzane są badania.

[dowód: k. 687 akt adm.]

Należy zauważyć, że Spółka nie wskazała rzekomych innych miejsc w których zawierane miałyby być z nią umowy po przeprowadzonym badaniu. Również ze skarg konsumentów nie wynika, aby po przeprowadzonym badaniu zawierali umowy w innym lokalu, niż w tym do którego zostali zaproszeni na przedmiotowe badania. Spółka także nie przekazała domniemanych pisemnych zgód na zorganizowanie dodatkowego spotkania pobranych rzekomo od konsumentów. W związku z powyższym, Prezes Urzędu ustalił scenariusz organizowanych przez Spółkę spotkań na podstawie informacji zawartych w skargach.

Spotkania z konsumentami mogły różnić się w szczegółach, jednak co do zasady odbywały się one według niżej opisanego schematu. Spółka zapraszała telefonicznie konsumentów na badania, które odbywały się w różnych miejscach na terenie całego kraju. Spotkanie rozpoczynało się badaniem spirometrycznym uczestników lub przy użyciu urządzenia o nazwie pulsoksymetr. Następnie odbywał się wykład, podczas którego słuchaczom prezentowane były treści dotyczące tematyki zdrowotnej. Po zakończonym wykładzie bądź w trakcie jego trwania konsumenci byli indywidualnie zapraszani do omówienia wyników przeprowadzonych badań. Następnie po omówieniu wyników badań przedstawiciele handlowi Spółki, przedstawiali uczestnikom ofertę Spółki i nakłaniali ich do zawarcia ze Spółką umowy. Powyżej opisany schemat spotkania potwierdzają skargi konsumentów:

„Wszyscy zebrani po zarejestrowaniu się zostali poddani badaniu spirometrem i następnie zaproszeni na wykład.(...) Po wykładzie, mniej więcej po 2 godzinach „prania mózgow” każdy z uczestników otrzymał Kartę Pacjenta (kserokopia w załączeniu). Następnie „konsultanci” w rozmowach indywidualnych komentowali wyniki badań spirometrem, wskazując na zły stan zdrowia i informując, że jest sposób na ratunek poprzez zawarcie umowy z OCM, która gwarantuje nieograniczony dostęp do badań i konsultacji lekarskich w ponad 20 specjalnościach lekarskich, przyjazdy pielęgniarek do domu w celu pobrania krwi i moczu itp. cuda. Na pytanie ile to będzie kosztowało? Dla dzisiejszych uczestników ogromny rabat - zamiast 250 zł tylko 150 zł miesięcznie. (...) Załączniki do umowy dostałam na samym końcu, już po podpisaniu umowy, a w nich dopiero jest zawarty zakres świadczeń, ale najgorsze to to, że umowa jest na cztery lata i musiałam wpłacić całą kwotę natychmiast. (...) Nie miałam gotówki więc konsultant zaoferował mi, że podwiezie mnie samochodem do banku.”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 15 kwietnia 2015 r. - k. 50 akt adm.]

„W tym samym pomieszczeniu po zrealizowaniu badań bez jakiegokolwiek uprzedzenia nastąpiła prelekcja prowadzona przez osobę, która przedstawiła się jako lekarz medycyny. Prelekcja rozpoczęła się od bardzo skrótowego omówienia badań, następnie prelegent sugerował, że odpowiedzią na problemy zdrowotne jest oferta firmy OCM Sp. z o.o. W prezentacji posługiwano się rekomendacjami celebrytów, przedstawiano zalety usług oferowanych przez OCM”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 18 lipca 2015 r. k. 389 akt adm.]

„Po badaniu spirometrycznym i otrzymaniu skierowania na badanie krwi odbyła się prezentacja firmy OCM oraz omówienie usług oferowanych w ramach abonamentu zdrowy senior plus w cenie promocyjnej. Postanowiłam skorzystać z przedstawionej oferty, ponieważ ze słów prelegenta wynikało, że abonament rozwiąże wszystkie problemy związane ze służbą zdrowia. Jednakże warunkiem uzyskania promocyjnej ceny abonamentu było natychmiastowe podpisanie umowy - co też bardzo pochopnie uczyniłam. Uważam, że uzależnianie zakupu abonamentu od natychmiastowego podpisania umowy, bez możliwości zastanowienia się nad ofertą jest nieuczciwe ale mądry Polak po szkodzie”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 11 października 2017 r. - k. 820 akt adm.]

„W dniu 19 stycznia 2016 r. moja mocodawczyni zawarła z OCM sp. z o.o. umowę o świadczenie usług zdrowotnych. Zawarcie umowy nastąpiło podczas spotkania w wynajętym przez Spółkę lokalu, na które moja mocodawczyni została zaproszona telefonicznie”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 19 grudnia 2017 r. - k. 777 akt adm.]

„Umowę zawarto ze mną na zebraniu na temat „Boreliozy” (telefoniczne nagabywanie) 26.01.2018 r. w hotelu Blick w Gdyni. Był to tzw. abonament medyczny Zdrowy Senior. Nie informowali na jakich zasadach to wszystko działa.”

dowód: skarga konsumenta z dnia 7 stycznia 2020 r. - k. 973 akt adm.]

„Zostałam zaproszona na bezpłatne badania medyczne i pogadankę dotyczącą chorób tarczycy w dniu 26 stycznia 2018 r. do osiedlowego klubu Lira. Udałam się więc tego dnia na badania, a nie w celu zawarcia jakiegokolwiek umowy. Ponieważ mam problemy ze wzrokiem i nie miałam tego dnia okularów, nie mogłam w pełni przeczytać i zrozumieć treści przedkładanych mi dokumentów. Cały czas myślałam, że jestem zapraszana na kolejną wizytę lekarską. Należy dodać, że przedstawiciel OCM sp. z o.o. pospieszał mnie i nalegał na dokonanie sugerowanych przez niego czynności (składanie podpisu). Nie byłam świadoma, że zawieram umowę, która wiąże mnie na tak długi okres i co więcej obliguje mnie do zapłacenia tak wysokiej sumy pieniężnej”

[dowód: skarga konsumenta z dnia 6 lutego 2018 r. - k. 791 akt adm.]

„Otrzymaliśmy zaproszenie z OCM zachęcające do przyścia na spotkanie informacyjne w temacie Zdrowy senior plus zorganizowane na ul. Ruczaj w pomieszczeniu - chyba hotelowym - „Hotel Ruczaj”. Udaliśmy się ja i żona Krystyna na to Spotkanie. Na początku każda z osób przybywających została poddana badaniu spirometrycznemu i skierowana do sali, gdzie znajdowało się kilka osób w podeszłym wieku - na oko po 70-tce. W oczekiwaniu na zakończenie spirometrii wszystkich zaproszonych, może 10 - 15 osób oglądaliśmy filmy reklamowe na temat ochrony zdrowia, głównie ludzi starszych schorowanych i raczej samotnie zamieszkałych i w razie potrzeby zdanych na łaskę sąsiadów. (...) Po zakończeniu badań spirometrycznych dla wszystkich zaproszonych odbył się wykład o chorobach osób w starszym wieku z akcentem na konieczność między innymi opieki geriatrycznej oraz chorób, które bez pomocy specjalistycznej są nie do rozeznania i wyleczenia. Wykład dość długi, a zakończony ofertą zakupienia”

[dowód: skarga konsumenta z Krakowa z dnia 5 lutego 2020 r., k. 925 akt adm.]

W związku z powyższym Prezes Urzędu nie podziela stanowiska Spółki, wyrażonego w piśmie z dnia 12 listopada 2018 r., zgodnie z którym przedstawienie oferty miało miejsce na odrębnym od przeprowadzonych badań spotkaniu. Mimo przeprowadzanych na organizowanych przez Spółkę spotkaniach badań stanu zdrowia oraz prelekcji, nie może ulegać wątpliwości, że Spółka organizowała te spotkania w zamiarze przedstawienia swojej oferty handlowej. Nawet jeżeli niektóre z tych spotkań zostały podzielone przez Spółkę na dwie części, gdzie w ramach pierwszej przeprowadzono badania, a w ramach drugiej przedstawiano ofertę Spółki, spotkania te należy oceniać jako jedno zdarzenie, którego faktycznym celem było przedstawienie oferty Spółki.

Spółka na spotkaniach z konsumentami posługiwała się wzorcem umowy o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych”. Spółka w piśmie z dnia 10 marca 2017 r. przekazała stosowany przez nią w obrocie z konsumentami wzorzec umowy oraz oświadczyła, że stosuje go od 1 stycznia 2016 r.

[dowód: karta 597 akt. adm.]

W treści stosowanego do 1 stycznia 2016 r. ww. wzorca Spółka wskazała, iż świadczenia w ramach zawieranej z nią umowy będą realizowane za pośrednictwem „Partnerów Medycznych Ogólnopolskiego Centrum Medycznego”.

[dowód: §1 ust. 1 wzorca umownego o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych” - k. 599 akt adm.]

W stosowanym przez Spółkę od 1 stycznia 2016 r. wzorcu umownym zostało zawarte postanowienie nakładające na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy o następującej treści:

„W przypadku wypowiedzenia przez Pacjenta umowy w sytuacji opisanej w ust. 1 powyżej przed upływem okresu wskazanego w umowie OCM przysługuje względem Pacjenta roszczenie o zapłatę kary umownej należnej w terminie 3 dni od dnia rozwiązania umowy oraz zwrot poczynionych do dnia wypowiedzenia umowy wydatków oraz części wynagrodzenia jaka odpowiada wykonanym przez OCM czynnościom składającym się na świadczenie”.

[dowód: §4 ust. 4 wzorca umownego o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych” - k. 599 akt adm.]

Ponadto Spółka w postanowieniu §4 ust. 5 przedmiotowego wzorca informuje, że:

„W przypadku wypowiedzenia przez pacjenta umowy w sytuacji opisanej w ust. 1 OCM przysługuje roszczenie o zapłatę kary umownej w wysokości 1500 zł w przypadku wypowiedzenia umowy w I roku, w wysokości 1200 zł w II roku, w wysokości 1000 zł w III

roku, w wysokości 500 zł w IV roku trwania umowy”.

Postanowienie §4 ust. 1, do którego odwołanie znajduje się w treści ww. klauzul, zawiera informację, na jaki czas przedmiotowa umowa zostaje zawarta.

Zakres oferowanego przez Spółkę dostępu do poszczególnych świadczeń zdrowotnych do których Spółka zobowiązywała się zapewnić dostęp określony został w załącznikach do ww. wzorca umownego - w dokumentach o nazwie: „Zakres Abonamentu medycznego Zdrowy Senior Plus” oraz „Zakres Abonamentu medycznego Zdrowy Senior Premium”.

[dowód: k. 551-578 akt adm.]

Kolejnym załącznikiem do oferowanego konsumentom wzorca umowy o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych” był dokument o nazwie: „Ogólne Warunki Świadczenia Usług Zdrowotnych (OWU) - załącznik 2 do umowy”. W dokumencie tym określony został sposób udzielania świadczeń zdrowotnych dla klientów Spółki przez współpracujące ze Spółką placówki medyczne, w tym m.in. sposób w jaki konsument może złożyć skargę na działanie placówek partnerskich Spółki, informacja o zamieszczeniu na stronie internetowej Spółki informacji o aktualnym wykazie placówek z nią współpracujących w zakresie udzielanych świadczeń dla klientów Spółki, a także sposób w jaki konsument może umówić się na skorzystanie z danego świadczenia zdrowotnego:

“1 W celu skorzystania z usług zdrowotnych. Osoba Uprawniona powinna skontaktować się z infolinią pod numerem telefonu 22 100 61 60, aby uzgodnić termin oraz zakres Świadczenia.

2. Osoba Uprawniona jest zobowiązana do poinformowania za pośrednictwem infolinii o rezygnacji z umówionej wcześniej usługi zdrowotnej nie później niż 48 godzin przed jej terminem.

3. Osoba Uprawniona, przed wykonaniem usługi zdrowotnej powinna okazać w Placówce Współpracującej dokument tożsamości ze zdjęciem, potwierdzający tożsamość Osoby Uprawnionej.

4. Spółka zastrzega, że w przypadku braku możliwości jednoznacznej identyfikacji tożsamości Osoby Uprawnionej, Placówka Współpracująca może odmówić wykonania usługi zdrowotnej.

5. Osoba Uprawniona zobowiązana jest do przestrzegania regulaminu Placówki Współpracującej, na terenie której będzie się znajdować w związku z realizacją usług zdrowotnych oraz do stosowania się do poleceń i wskazówek otrzymanych od personelu Placówki Współpracującej”;

[dowód: §4 ust. 4 oraz §5 załącznika o nazwie „Ogólne Warunki Świadczenia Usług Zdrowotnych (OWU) - załącznik 2 do umowy” - k. 599 akt adm.]

Spółka zamieściła w przedmiotowym załączniku pouczenie o następującej treści:

„Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt. 7) Ustawy o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r., przepisów tejże ustawy nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymywania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej”

[dowód: Załącznik o nazwie „Ogólne Warunki Świadczenia Usług Zdrowotnych (OWU) - załącznik 2 do umowy” - k. 559 akt adm.]

Z przekazanych przez Miejskiego Rzecznika Praw Konsumentów w Warszawie pismem z dnia 11 lipca 2019 r. skarg konsumentów wraz z załączonymi do nich wzorcami umowy stosowanych przez Spółkę wynika, że Spółka zaczęła stosować ww. wzorzec umowy o zmienionej treści. Należy dodać, iż Spółka w toku postępowania administracyjnego nie przekazała na wezwanie Prezesa Urzędu informacji co do wprowadzanych w toku jej

działalności zmian wzorca umowy, czy też informacji o rozpoczęciu stosowania (obok już stosowanego) kolejnych wzorców umowy.

Spółka zmieniła postanowienie §1 ust. 1 wzorca umowy dotyczące realizacji świadczeń zdrowotnych wskazując, iż w ramach jej oferty, usługi zdrowotne będą realizowane nie tylko przez jej partnerów medycznych, ale także przez samą Spółkę.

[dowód: k. 814 akt adm.]

W zmienionym wzorcu umownym, obok miejsca na podpisy stron, zostało zamieszczone powyżej już przytoczone w niniejszej decyzji pouczenie wskazujące na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta - we wcześniejszej wersji wzorca pouczenie to było zamieszczone w załączniku do tej umowy.

[dowód: k. 815 akt adm.]

Ponadto Spółka zmieniła treść postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy:

„W przypadku wypowiedzenia przez Pacjenta umowy bez ważnej przyczyny (podkreślenie własne) przed upływem okresu wskazanego w umowie OCM przysługuje względem Pacjenta roszczenie o zapłatę kary umownej należnej w terminie 3 dni od dnia rozwiązania umowy oraz zwrot poczynionych do dnia wypowiedzenia umowy wydatków oraz części wynagrodzenia jaka odpowiada wykonanym przez OCM czynnościom składającym się na świadczenie. Wysokość kary umownej, o której mowa w §3 ust. 3 wynosi odpowiednio: 1500 zł w przypadku wypowiedzenia umowy w I roku, w wysokości 1200 zł w II roku, w wysokości 1000 zł w III roku, w wysokości 500 zł w IV roku trwania umowy”.

[dowód: k. 814 akt adm.]

W związku z powyższą zmianą treści przytoczonego postanowienia należy stwierdzić, iż Spółka zaczęła również stosować wzorzec umowy w którym wyłączyła nałożony na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w sytuacji gdy wypowiedzenie zawartej z nią umowy następuje z ważnej przyczyny.

Z załączonych do materiału dowodowego skarg konsumentów wynika, że Spółka co do zasady nie uwzględniła złożonych przez nich oświadczeń o odstąpieniu od umowy, powołując się m.in. na wyłączenie z art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta, jednocześnie oferując konsumentom możliwość wycofania się z umowy poprzez zawarcie porozumienia. Z informacji przekazywanych przez Rzeczników Konsumentów wynika, że Spółka w niektórych przypadkach rozwiązywała umowy za porozumieniem stron.

[dowód: k. 513-514 akt adm.]

W piśmie z dnia 12 listopada 2018 r. Spółka oświadczyła, że w przypadku gdy jej kontrahent przestawał być zainteresowany jej usługami i nie dokonywał wpłaty wynagrodzenia na jej rzecz, Spółka informowała telefonicznie takiego konsumenta o tym, że od tej chwili umowa nie wywiera skutków prawnych. Odnosząc się natomiast do nakładania kar umownych za rozwiązanie przez konsumenta umowy, Spółka wskazała, że „nie egzekwuje wykonania zobowiązań związanych z zawartą umową przez konsumenta”. W załączonych do materiału dowodowego skargach konsumentów nie przekazywali informacji z których wynikałoby, że Spółka domagała się uiszczenia od konsumentów wskazanych w umowie kar.

[dowód: k. 685 akt adm.]

Spółka w piśmie z dnia 11 marca 2021 r. oświadczyła, że pod koniec marca 2019 r. zaniechała organizowania spotkań z konsumentami oraz oferowania im umów abonamentu medycznego. Znajdująca się w aktach sprawy ostatnia umowa z konsumentem, została

zawarta w dniu 29 marca 2019 r.

[dowód: k. 1028, 932 akt adm.]

W piśmie z dnia 11 marca 2021 r. Spółka dodała, że obecnie jej działalność polega jedynie na obsłudze konsumentów z którymi ma zawarte umowy abonamentu medycznego. Niemniej jednak Spółka nie opisała na czym polega wskazana przez nią obsługa konsumentów oraz czy w ramach tego realizuje swoje zobowiązania wynikające z umów zawartych z konsumentami. Należy przy tym wskazać, że z otrzymanych skarg konsumentów, którzy zawarli umowę ze Spółką wynika, iż Spółka zaprzestała realizowania niektórych świadczeń. Z informacji przekazanych przez konsumentów wynika również, że nie ma możliwości nawiązania telefonicznego kontaktu ze Spółką.

[dowód: k. 1028, 932-1009 akt adm.]

Ocena prawna ustalonych faktów

Naruszenie interesu publicznego.

Stosownie do przepisu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 275 ze zm.; dalej: „uokik”), ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu podjął interwencję w następstwie licznych skarg konsumentów na działania Spółki oraz zawiadomień miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów informujących o podejrzeniu stosowania przez Spółkę niedozwolonych praktyk rynkowych. Działania Spółki nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz szerszego kręgu konsumentów, potencjalnych kontrahentów Spółki, których sytuacja jest identyczna. Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, ponieważ wiąże się ona z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółkę, tj. konsumentów, którzy mogli stać się klientami Spółki, biorąc udział w organizowanych przez Spółkę spotkaniach, a następnie zawrzeć z nią umowę.

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie miało miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez nią praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik.

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

konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4). Zgodnie z art. 24 ust. 3 uokik zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- 1) kwestionowane zachowanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- 2) zachowanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
- 3) zachowanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

1. Działanie przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. 2021 r. poz. 162). Spółka jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000476627, w związku z tym posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu wyżej wymienionej ustawy. W konsekwencji również w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Spółka dysponuje statusem przedsiębiorcy (zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik).

Zaznaczenia wymaga, że przed wszczęciem postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka funkcjonowała pod nazwą OCM spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Następnie Spółka w dniu 26 listopada 2019 r. dokonała zmiany nazwy firmy z OCM spółka z ograniczoną odpowiedzialnością na Pomorskie Centrum Medyczne spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Należy wskazać, że przy zmianie nazwy spółki prawa handlowego nie dochodzi do powstania nowego podmiotu, w związku z tym nie dochodzi do zmiany strony postępowania administracyjnego.

2. Bezprawność - sprzeczność z prawem lub naruszenie dobrych obyczajów.

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 uokik, jest zachowanie przedsiębiorcy, które jest sprzeczne z prawem lub naruszające dobre obyczaje.

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z godzącymi w zbiorowe interesy konsumentów działaniami Spółki sprzecznymi z prawem.

W pkt I sentencji Spółce zarzucono stosowanie określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na sprzecznym z prawem działaniu poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070; dalej: „upnpr”). Zgodnie z art. 3 upnpr stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane.

Natomiast w pkt II-IV sentencji Prezes Urzędu zarzucił Spółce stosowanie praktyk określonych w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, polegających na sprzecznym z prawem działaniu poprzez naruszenie przepisów art. 27, art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 287 ze zm.; dalej: „ustawa o prawach konsumenta”) oraz art. 483 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1740 ze zm.; dalej: „Kodeks cywilny”).

Spełnienie przesłanki zachowania Spółki sprzecznego z prawem zostanie poniżej wykazane

odrębnie dla każdej z przypisanych Spółce praktyk.

2.1 Praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji

Zarzucona Spółce w pkt I sentencji decyzji praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieinformowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania, które były organizowane przez Spółkę o handlowym celu praktyki, tj. możliwości zawarcia - bezpośrednio po zorganizowanym spotkaniu - umowy sprzedaży, której przedmiotem jest pakiet medyczny.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 4 upnpr, przez praktykę rynkową rozumie 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.

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.

Mając na względzie zgromadzony w toku sprawy materiał dowodowy nie może ulegać wątpliwości, że Spółka organizowała spotkania w zamiarze przedstawienia swojej oferty handlowej. Kierowana do konsumentów praktyka Spółki, polegająca na nieinformowaniu w telefonicznych zaproszeniach na organizowane przez nią spotkania o handlowym celu praktyki, mieści się w ustawowym pojęciu praktyki rynkowej. Telefoniczne rozmowy Spółki skupiały się na niekomercyjnym walorze wydarzenia, natomiast spotkania te kończyły się przedstawieniem konsumentowi oferty handlowej. Pomimo przeprowadzania przez Spółkę badań stanu zdrowia na organizowanych przez nią spotkaniach, w ocenie Prezesa Urzędu spotkania te organizowane były w zamiarze stricte handlowym. Dlatego działania Spółki w tym zakresie były bezpośrednio związane z promocją i sprzedażą oferowanego konsumentom produktu Spółki jakim była umowa, której przedmiotem był pakiet medyczny.

Przed przedstawieniem rozważań w kwestii nieuczciwości stosowanej przez Spółkę praktyki wymaga podkreślenia, że specyfika działalności Spółki, wynikająca z faktu posługiwania się podmiotami trzecimi przy telefonicznym zapraszaniu konsumentów na organizowane przez nią spotkania, nie wpływa na możliwość przypisania Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Podmioty, którym Spółka zlecała akcje telemarketingowe nie podejmowały w tym zakresie żadnych czynności prawnych w swoim imieniu i na swoją rzecz. Istotne jest bowiem to, że podmioty te realizując połączenia telefoniczne działały w imieniu i na rzecz Spółki oraz w oparciu o zaakceptowany przez Spółkę skrypt rozmów. Spółka zlecała ww. podmiotom realizację telefonicznego zapraszania konsumentów na spotkania organizowane przez nią, które to spotkania miały na celu przedstawienie konsumentowi oferty zawarcia umowy pakietu medycznego. W związku z powyższym, w przedmiotowej sprawie Spółka może odpowiadać za stosowanie przedmiotowej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Definicję nieuczciwej praktyki rynkowej zawiera art. 4 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem

kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 upnr. Prezes Urzędu zarzucił Spółce w pkt I sentencji decyzji stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd, w związku z powyższym praktyka ta nie podlega ocenie w świetle przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 upnr.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 upnr, przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, 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. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności do okoliczności konkretnego przypadku.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy zwrócić należy uwagę, że Spółka kierowała zaproszenia na organizowane przez siebie spotkania do osób powyżej 40 roku życia. Należy przy tym wskazać, że przyjęta przez Spółkę formuła zaproszeń na organizowane spotkania na których odbywały się badania zdrowia oraz wykłady dotyczące tematyki zdrowotnej, a także charakter oferowanej umowy, tj. pakiet medyczny o nazwie zdrowy senior, wymusza stwierdzenie, że stosowana praktyka była atrakcyjna dla osób borykających się z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, a w szczególności dla osób starszych. Potwierdza to również pisemne oświadczenie Spółki z dnia 12 listopada 2018 r., w którym wskazała, że w głównej mierze Spółka świadczy swoje usługi na rzecz seniorów bez względu na ich wiek. Również skargi konsumentów stanowiące materiał dowodowy w niniejszym postępowaniu pozwalają przypuszczać, że osoby z którymi Spółka zawierała umowy to osoby starsze. Wobec powyższego, za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby starsze. W ocenie Prezesa Urzędu osoby te stanowią grupę szczególnie narażoną na negatywne oddziaływanie zakazanych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców. Dzieje się tak nie tylko z racji cech fizycznych (gorszy wzrok, słuch, spowolnione reakcje), ale również z powodu mniejszego niż przeciętny stopnia poinformowania i braku należytego rozeznania przy ocenie działań przedsiębiorcy. Ze względu na powyższe takie osoby są bardziej ufne i łatwowierne co do zapewnień sprzedawcy. Dlatego też łatwiej można wprowadzić je w błąd i są bardziej podatne na stosowany wobec nich różnego rodzaju nacisk, efektem którego są podejmowane pochopnie, niekorzystne dla nich decyzje. Ta grupa społeczna jest w szczególności narażona na zabiegi socjotechniczne i manipulacyjne, a przez to niezwykle podatna na oddziaływanie stosowanych wobec niej nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 upnr praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 6 ust. 3 pkt 2 upnr).

Z analizy zebranych w toku postępowania skarg wyłania się określony, powtarzający się schemat prowadzonych przez Spółkę rozmów z konsumentami. Spółka zapraszała

konsumentów na badania, które odbywały się w różnych miejscach na terenie całego kraju. Spółka zapraszając konsumentów nie informowała, że bezpośrednio po organizowanych przez nią badaniach, będzie oferowała zawarcie umowy sprzedaży pakietu medycznego, czym wprowadzała konsumentów w błąd. Sposób prowadzenia rozmów skupiał się na niekomercyjnym walorze wydarzenia. Jak wynika ze skarg, konsumenci byli bowiem przekonani o tym, iż są zapraszani wyłącznie na bezpłatne badania stanu zdrowia. Z okoliczności opisanych w skargach osób, które skorzystały z zaproszeń Spółki wynika, że o tym jaki jest cel spotkania, uczestnik dowiadywał się dopiero po przeprowadzonych badaniach oraz wykładzie nt. profilaktyki zdrowotnej, kiedy to była przedstawiana oferta Spółki.

Powyżej wskazany schemat działania Spółki potwierdzają również zaakceptowane przez Spółkę skrypty rozmów na podstawie których były przeprowadzane przez podmioty zewnętrzne akcje telemarketingowe oraz treść rozmów telefonicznych zrealizowanych przez jednego z kontrahentów Spółki.

Pomimo tego, że oferta Spółki była przedstawiana po przeprowadzanych przez nią badaniach oraz wykładach nt. zdrowia publicznego, na które byli zapraszani konsumenci, zdaniem Prezesa Urzędu pierwszoplanowym celem telefonicznego kontaktu z konsumentami było zachęcenie ich do przyścia na spotkanie i tym samym umożliwienie przedstawienia konsumentowi oferty Spółki. Spółka zwracała jedynie uwagę na walory bezpłatnych badań co sprawiało, że nawet przeciętny, dostatecznie poinformowany i uważny konsument, nie był w stanie zorientować się w jakiego rodzaju wydarzeniu w rzeczywistości będzie uczestniczył, a co za tym idzie, nie miał możliwości w sposób obiektywny podjąć decyzji co do ewentualnego w nim udziału. W opinii Prezesa Urzędu, przekaz wynikający z rozmów telefonicznych był dla przeciętnego konsumenta jednoznaczny - konsument mógł skorzystać z darmowych badań.

Należy podkreślić, że w każdym wypadku, gdy intencją przedsiębiorcy jest komercyjny cel praktyki, ma on obowiązek poinformowania o tym konsumenta już w momencie pierwszego kontaktu o charakterze bezpośrednim, np. osobistym lub pośrednim, telefonicznym, listowym. W przypadku zaniechania poinformowania konsumenta o handlowym celu praktyki - w przedmiotowej sprawie zaniechania podania informacji o możliwości zawarcia umowy bezpośrednio po przeprowadzonych badaniach - konsument na spotkaniu zaskoczony jest prezentowaną ofertą sprzedażową i ma ograniczoną możliwość porównania oferty z innymi dostępnymi na rynku. W okolicznościach niniejszej sprawy, w ocenie Prezesa Urzędu, tylko podanie przez Spółkę rzetelnej i pełnej informacji o handlowym celu zaproszeń, pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi na podjęcie obiektywnej decyzji dotyczącej ewentualnego udziału w prezentacji oferty Spółki. Dlatego też zakwestionowana praktyka Spółki mogła wpłynąć na podjęcie przez konsumenta decyzji o wzięciu przez niego udziału w organizowanych przez Spółkę spotkaniach, a w konsekwencji mogła spowodować związanie się przez niego ze Spółką umową, której w innych warunkach by nie zawarł.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane zaniechania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 2 upnpr.

Spółka oświadczyła, że działalność związaną z oferowaniem ww. umów prowadziła od dnia 1 listopada 2014 r. W związku z tym należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka była stosowana od tego dnia.

Spółka oświadczyła, że zaniechała działalności związanej z oferowaniem konsumentom umów pod koniec marca 2019 r. Ostatnia umowa z konsumentem, która znajduje się w materiale dowodowym zawarta została w dniu 29 marca 2019 r. W związku z powyższym Prezes Urzędu przyjął, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że Prezes Urzędu nie otrzymał skarg konsumentów które wskazywałyby, iż po



tej dacie Spółka zawierała umowy z konsumentami.

2.2. Praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji

Wskazana w pkt II sentencji decyzji praktyka polega na zawarciu w stosowanej przez Spółkę umowie sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta, podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do oferowanej przez przedsiębiorcę umowy sprzedaży pakietu medycznego, co narusza art. 27 ustawy o prawach konsumenta.

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

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

Z przekazanego przez Spółkę wzorca umowy o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych” stosowanego przez nią w obrocie z konsumentami od 1 stycznia 2016 r. wynika, że Spółka zawarła w nim pouczenie, które wskazuje na brak możliwości odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy z uwagi na ww. wyłączenie zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta. Z poczynionych ustaleń wynika, że Spółka rzeczywiście nie uwzględniała złożonych przez konsumentów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, powołując się na wyłączenie z art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta.

Analiza stosowanego przez Spółkę wzorca umowy wraz z załącznikami prowadzi do wniosku, że przedmiotem umowy zawieranej pomiędzy Spółką a konsumentem nie było świadczenie usług zdrowotnych przez pracowników służby zdrowia, a wykupienie usługi w ramach której konsument otrzymywał dostęp do abonamentu medycznego (Abonament Zdrowy Senior Plus, Abonament Zdrowy Senior Premium).

Świadczenia zdrowotne wchodzące w skład oferowanego przez Spółkę abonamentu, do których konsument poprzez zawarcie umowy ze Spółką otrzymywał dostęp, były realizowane za pośrednictwem placówek medycznych oraz przez personel medyczny (pracowników służby zdrowia). Niemniej jednak należy wskazać, że skorzystanie z tych świadczeń, niezależnie od tego czy były one realizowane na zlecenie Spółki przez podmiot trzeci, czy też przez samą Spółkę, miało charakter potencjalny (konsument w ramach opcji zawartych w wybranym przez niego abonamencie decyduje, czy skorzysta z danej usługi zdrowotnej czy nie) oraz uwarunkowane było uprzednim zawarciem między konsumentem a Spółką umowy. Skutkiem zawarcia umowy oferowanej przez Spółkę było przystąpienie przez konsumenta do zorganizowanej przez Spółkę usługi, polegającej na zapewnieniu dostępu do wskazanych w pakiecie medycznym świadczeń zdrowotnych. Oferowana przez Spółkę umowa, choć nazwana umową o świadczenie usług zdrowotnych rodziła po stronie Spółki obowiązek zorganizowania dostępu do usług medycznych świadczonych przez podmioty wykonujące działalność leczniczą. W ramach zawartej ze Spółką umowy wykonanie konkretnego świadczenia zdrowotnego następowało dopiero po zorganizowaniu wizyty przez Spółkę, co odbywało się poprzez skontaktowanie się przez konsumenta

pozostającego kontrahentem Spółki z infolinią Spółki.

Ze względu to, że rzeczywistym celem zawieranych przez Spółkę z konsumentami umów była organizacja dostępu do wybranych przez konsumenta w danym pakiecie świadczeń zdrowotnych, nie stosuje się do nich wyłączenia ustawy o prawach konsumenta wskazanego w art. 3 ust. 1 pkt 7 tej ustawy, ponieważ przepis ten odnosi się do umów dotyczących skonkretyzowanych usług zdrowotnych, których realizacja następuje poprzez wykonanie takiej usługi, a nie umowy w ramach której konsument otrzymuje dostęp do zorganizowanych przez przedsiębiorcę usług medycznych, z których konsument potencjalnie będzie mógł skorzystać w przyszłości (tj. w okresie na jaki został wykupiony przedmiotowy pakiet). Przytoczone powyżej wyłączenie ma zastosowanie wyłącznie do usług medycznych świadczonych przez pracowników służby zdrowia, a nie w przypadku sprzedaży pakietów oferujących możliwość dostępu do usług zdrowotnych. Tym samym do niniejszej umowy znajdują zastosowanie przepisy ustawy o prawach konsumenta, w tym zawarte w niej przepisy dotyczące prawa odstąpienia od umowy.

Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, do zawieranej ze Spółką poza lokalem przedsiębiorstwa umowy sprzedaży pakietu medycznego znajdzie zastosowanie ustawa o prawach konsumenta, a w konsekwencji również jej art. 27 zgodnie z którym konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35 tej ustawy.

W związku z powyższym Spółka naruszała art. 27 ustawy o prawach konsumenta umieszczając w oferowanej konsumentom umowie, pouczenie wskazujące na brak prawa do odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu takie zachowanie Spółki mogło prowadzić do powstania u konsumenta, który zawarł ze Spółką przedmiotową umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, mylnego wyobrażenia, iż nie przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy.

Zaznaczyć należy, iż prawo do odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa jest zasadniczym elementem systemu ochrony konsumenta przewidzianego w ustawie o prawach konsumenta. Podczas sprzedaży dokonywanej poza lokalem przedsiębiorstwa (np. na pokazach czy w trakcie badań), konsument na ogół bywa poddany większej presji psychologicznej ze strony przedsiębiorcy, który może m.in. wykorzystywać element zaskoczenia, stwarzać atmosferę „szczególnej okazji” lub w inny sposób wpływać na decyzję konsumenta co do zawarcia umowy. W związku z tym często zdarza się, że umowy takie są zawierane przez konsumenta pochopnie, bez dostatecznego przemyślenia i racjonalnych powodów. Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że zaprezentowanie oferty Spółki następowało w toku organizowanych przez nią spotkań, którym Spółka nadawała formę badań o charakterze medycznym.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt II sentencji decyzji należy uznać za naruszającą art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Wzorzec umowy z przedmiotowym postanowieniem był stosowany przez Spółkę w obrocie konsumenckim od dnia 1 stycznia 2016 r. W związku z tym należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka była stosowana od tego dnia.

Spółka oświadczyła, że zaniechała działalności związanej z oferowaniem konsumentom umów z końcem marca 2019 r. Ostatnia umowa z konsumentem, która znajduje się w materiale dowodowym zawarta została w dniu 29 marca 2019 r. W związku z powyższym Prezes Urzędu przyjął, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że Prezes Urzędu nie otrzymał skarg konsumentów, które wskazywałyby, iż po tej dacie Spółka zawierała umowy z konsumentami.

Z uwagi na powyższe Prezes Urzędu, działając na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 uokik orzekł jak w punkcie II sentencji decyzji.

2.3. Praktyka opisana w pkt III sentencji decyzji

Wskazana w pkt III sentencji decyzji praktyka polega na nieinformowaniu konsumentów w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się ze Spółką umową poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest sprzedaż pakietu medycznego, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy, co narusza art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta.

Art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta zobowiązuje przedsiębiorcę do poinformowania konsumenta, w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a także o wzorze stosowanego przez niego formularza odstąpienia od umowy. Powyżej wskazany obowiązek informacyjny został również wyrażony w art. 14 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta. Przepis ten wskazuje formę, w jakiej przedsiębiorca ma obowiązek udzielić konsumentowi informacji wymaganych przez ustawę o prawach konsumenta. Zgodnie z jego treścią w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca ma obowiązek udzielić konsumentowi informacji o których mowa w art. 12 ustawy o prawach konsumenta (w tym o prawie odstąpienia oraz o wzorze formularza odstąpienia od umowy), utrwalonych na papierze lub, jeżeli konsument wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku, w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem. Spółka tego obowiązku nie spełniła.

W świetle przytoczonej w pkt 2.2 decyzji argumentacji, do umowy zawieranej pomiędzy Spółką a konsumentami nie stosuje się wyłączenia ustawy o prawach z konsumenta wskazanego w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawie o prawach konsumenta, Spółka powinna więc wykonać nałożony na nią w art. 12 ust. 1 pkt 9 ww. ustawy obowiązek.

Natomiast Spółka wychodziła z błędnego założenia, że do jej usług nie stosuje się ustawy o prawach konsumenta i w związku z tym nie informowała konsumentów przy oferowaniu im umowy pakietu medycznego na organizowanych przez nią spotkaniach, które odbywały się poza lokalem jej przedsiębiorstwa, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy. Spółka nie przekazywała konsumentom wzoru formularza odstąpienia od umowy. Nawet po wszczęciu przez Prezesa Urzędu w dniu 23 października 2018 r. postępowania, Spółka w odpowiedzi na postawione zarzuty wyraziła stanowisko, iż przy oferowaniu jej usług nie ma ona takiego obowiązku. Powyższe działania Spółki potwierdzają również zgromadzone w materiale dowodowym skargi konsumentów, którzy zdecydowali się skorzystać z określonego w art. 27 ustawy o prawach konsumenta prawa odstąpienia od umowy. Do części przedmiotowych skarg zostały załączone pisma Spółki z których wynika, że Spółka w odpowiedzi na złożone przez konsumenta na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta oświadczenie odstąpienia od umowy informowała, iż prawo to, z uwagi na zawarte w art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta wyłączenie tej ustawy, mu nie przysługuje. W konsekwencji należy stwierdzić, iż Spółka zaniechała przekazania konsumentom istotnych informacji w zakresie odstąpienia od umowy i nie dopełniła ciążącego na niej obowiązku wynikającego z art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta.

Ponownie podkreślenia wymaga, że w przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa prawo odstąpienia od umowy jest podstawowym uprawnieniem przywracającym równowagę stron w relacjach przedsiębiorca - konsument. W sytuacji składania propozycji zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość

konsument może być zaskoczony złożoną ofertą oraz znajdować się pod presją jej przyjęcia. Możliwość skorzystania z prawa odstąpienia od umowy daje konsumentowi szansę na ponowne przemyślenie swojej decyzji oraz zweryfikowanie przedstawionej oferty. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument został o tym prawie w sposób należyty i we właściwym czasie poinformowany.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, Spółka dopuściła się naruszenia art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta nie informując konsumentów, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się ze Spółką umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest sprzedaż pakietu medycznego, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 o prawach konsumenta, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy.

Spółka wskazała, że działalność związaną z oferowaniem ww. umów prowadziła od dnia 1 listopada 2014 r. W związku z tym, że ustawa o prawach konsumenta weszła w życie w dniu 25 grudnia 2014 r. należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka była stosowana od tego dnia.

Spółka oświadczyła, że zaniechała działalności związanej z oferowaniem konsumentom umów z końcem marca 2019 r. Ostatnia umowa z konsumentem, która znajduje się w materiale dowodowym zawarta została w dniu 29 marca 2019 r. W związku z powyższym Prezes Urzędu przyjął, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że Prezes Urzędu nie otrzymał skarg konsumentów które wskazywałyby, iż po tej dacie Spółka zawierała umowy z konsumentami.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 uokik orzeczono jak w pkt III sentencji decyzji.

2.4. Praktyka opisana w pkt IV sentencji decyzji

Wskazana w pkt IV sentencji decyzji praktyka polega na zawarciu w umowie sprzedaży pakietu medycznego postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy, podczas gdy karę umowną można zastrzec w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego, co narusza art. 483 § 1 Kodeksu cywilnego.

Jak wskazano w części ustalającej niniejszej decyzji Spółka w stosowanym przez nią w obrocie konsumenckim do dnia 1 stycznia 2016 r. wzorcu umowy o nazwie „Umowa o świadczenie usług zdrowotnych” zawarła postanowienie nakładające na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy:

„W przypadku wypowiedzenia przez Pacjenta umowy w sytuacji opisanej w ust. 1 powyżej przed upływem okresu wskazanego w umowie OCM przysługuje względem Pacjenta roszczenie o zapłatę kary umownej należnej w terminie 3 dni od dnia rozwiązania umowy oraz zwrot poczynionych do dnia wypowiedzenia umowy wydatków oraz części - wynagrodzenia jaka odpowiada wykonanym przez OCM czynnościom składającym się na świadczenie”.

„W przypadku wypowiedzenia przez pacjenta umowy w sytuacji opisanej w ust. 1 OCM przysługuje roszczenie o zapłatę kary umownej w wysokości 1500 zł w przypadku wypowiedzenia umowy w I roku, w wysokości 1200 zł w II roku, w wysokości 1000 zł w III roku, w wysokości 500 zł w IV roku trwania umowy”.

Spółka w dniu 5 października 2017 r. zmieniła treść powyżej przytoczonego postanowienia ograniczając obowiązek zapłaty kary umownej do sytuacji gdy wypowiedzenie zawartej z nią umowy następuje bez ważnej przyczyny.

W pierwszej kolejności należy wskazać, że oferowaną przez Spółkę umowę należy

kwalifikować jako umowę o świadczenie usług zawieraną na czas oznaczony, do których to umów stosuje się odpowiednio przepisy o zleceniu. Jak wskazał Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 28 września 2004 r., sygn. akt IV CK 640/03 „*umowa zawarta na czas oznaczony może być wypowiedziana przez każdą ze stron w każdym czasie*”.

Stosownie do art. 483 § 1 Kodeksu cywilnego można zastrzec w umowie, że naprawienie szkody wynikłej z niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania niepieniężnego nastąpi przez zapłatę określonej sumy (kara umowna).

Zgodnie z przywołaną regulacją kara umowna jest instytucją prawa cywilnego stanowiącą ryczałtowo określoną sumę, której - w razie odpowiedniego zastrzeżenia - strona stosunku zobowiązaniowego może domagać się w razie niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania, bez względu na to, czy świadczenie miało polegać na działaniu, czy też zaniechaniu. Przy czym jak wynika z treści ww. przepisu, kara umowna może zostać zastrzeżona wyłącznie w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego.

Należy zauważyć, że ekwiwalentem za świadczenie Spółki jest zapłata przez konsumenta określonej sumy pieniężnej, w związku z tym zawarcie w stosowanym przez Spółkę wzorcu umownym postanowienia zastrzegającego zapłatę przez konsumenta kary umownej w razie wypowiedzenia przez niego stosunku zobowiązaniowego stoi w sprzeczności z regulacją zawartą w przywołanym przepisie kodeksu cywilnego. Należy dodać, że nałożenie przez Spółkę w umowie obowiązku zapłaty kary umownej narusza powyższy przepis bez względu na to czy wypowiedzenie umowy następuje bez ważnego powodu. W ocenie Prezesa Urzędu takie działanie Spółki miało prowadzić do powstania u konsumenta, który zawarł ze Spółką przedmiotową umowę mylnego wyobrażenia, iż w przypadku podjęcia przez niego decyzji o przedterminowym rozwiązaniu umowy będzie on zobowiązany do uiszczenia kary. Pod wpływem zamieszczonego przez Spółkę postanowienia konsument, którzy zawarli ze Spółką umowę mogli, z obawy przed roszczeniami Spółki o zapłatę kary umownej, zrezygnować z przedterminowego rozwiązania tej umowy.

Ponadto, w przypadku kiedy konsument dokonał pełnej zapłaty za pakiet przed podpisaniem umowy lub tuż po jej podpisaniu pobranie kary lub dodatkowej opłaty nie jest niczym uzasadnione. Łamie to zasadę ekwiwalentności świadczeń i stanowi przykład wykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i nierzetelnego traktowania partnerów umów w celu zapewnienia sobie nienależnych zysków.

Z uwagi na powyższe, zawarcie przez Spółkę w stosowanym przez nią wzorcu umowy o nazwie „*Umowa o świadczenie usług zdrowotnych*” postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy, podczas gdy karę umowną można zastrzec w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego, narusza art. 483 § 1 Kodeksu cywilnego i w konsekwencji stanowi bezprawne działanie Spółki.

Wzorzec umowy z przedmiotowym postanowieniem był stosowany przez Spółkę w obrocie konsumenckim od dnia 1 stycznia 2016 r. W związku z tym należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka była stosowana od tego dnia.

Spółka oświadczyła, że zaniechała działalności związanej z oferowaniem konsumentom umów z końcem marca 2019 r. Ostatnia umowa z konsumentem, która znajduje się w materiale dowodowym zawarta została w dniu 29 marca 2019 r. W związku z powyższym Prezes Urzędu przyjął, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że Prezes Urzędu nie otrzymał skarg konsumentów które wskazywałyby, iż po tej dacie Spółka zawierała umowy z konsumentami.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 uokik orzeczono jak w pkt IV sentencji decyzji.

3. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów wtedy, gdy skierowane jest do potencjalnie nieograniczonego kręgu konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r., sygn. III SK 27/07¹ Sąd Najwyższy wskazał, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór z zastrzeżeniem jednak, 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. W ocenie Sądu Najwyższego 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 danego przedsiębiorcy². W związku z powyższym, przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości.

W ocenie Prezesa Urzędu kwestionowane zachowania Spółki wskazane w pkt I-IV niniejszej decyzji naruszały interesy konsumentów. Nie ulega przy tym wątpliwości, iż interes konsumentów, do którego naruszenia dochodziło na skutek zachowania Spółki miał charakter zbiorowy. Spółka kierowała zaproszenia na organizowane przez siebie spotkania do osób powyżej czterdziestego roku życia, niemniej jednak z zaproszenia potencjalnie może skorzystać każdy konsument bez względu na wiek, a tym samym być zagrożony stosowanymi przez Spółkę praktykami. W związku z tym, działania Spółki mogły dotknąć z góry nieograniczonego i bliżej nieokreślonego kręgu odbiorców - każdego kto skorzystał z zaproszenia na bezpłatne badania organizowane przez Spółkę oraz zdecydował się na zawarcie ze Spółką oferowanej przez nią umowy przy wykorzystaniu stosowanego przez nią wzorca umowy. Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszały zbiorowe interesy konsumentów.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest również z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych.

W przedmiotowej sprawie praktyki Spółki zagrażały interesom niemajątkowym konsumentów, poprzez ograniczenie ich prawa do rzetelnej i pełnej informacji na temat charakteru organizowanego przez Spółkę spotkania oraz przysługującego im prawa do odstąpienia w terminie czternastu dni od podpisania umowy na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a także ograniczały prawo do wypowiedzenia umowy poprzez wprowadzenie postanowienia nakładającego bezpodstawną karę umową. Działaniami Spółki został zagrożony również ekonomiczny interes konsumentów. Niepoinformowanie konsumentów o handlowym celu organizowanego spotkania powodowało bowiem zaskoczenie konsumentów propozycją zawarcia umowy, niedostateczne rozeznanie co do

¹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 kwietnia 2008 r., sygn. III SK 27/07, OSNP 2009/13-14/188.

² por. R. Stefanicki, „Ochrona zbiorowych interesów konsumentów w świetle ustawodawstwa Unii Europejskiej na przykładzie dyrektywy z 19 maja 1998 r.”, PUE 2002, Nr 2.

warunków umowy oraz podjęcie decyzji dotyczącej umowy, której w innych okolicznościach by nie podjęli, tj. zawarcie umowy, z którą wiązały się znaczne obciążenia finansowe. W niniejszej sprawie interesy ekonomiczne konsumentów zagrożone były także przez zawartą we wzorcu umownym informację o braku możliwości odstąpienia od umowy oraz poprzez nieinformowanie konsumentów o zasadach i terminie prawa do odstąpienia i braku wręczania formularza odstąpienia. Konsument nie mając wiedzy o tym prawie mógł zrezygnować z decyzji o wycofaniu się z umowy w czternastodniowym terminie od dnia jej zawarcia ponosząc jej koszty, których mógłby nie ponosić gdyby Spółka prawidłowo informowała o możliwości bezkosztowej rezygnacji w tym terminie. Interes ekonomiczny zagrożony był również ustanowieniem przez Spółkę bezzasadnej kary umownej. Gdyby nie zagrożenie karą umowną konsument mógłby rozwiązać umowę w każdym czasie bez narażania się na ekonomicznie ujemne konsekwencje po jego stronie. Skutkiem przewidzianej przez Spółkę kary umownej jest to, iż konsument z jednej strony jest przymuszany do pozostawania stroną kontraktu, z którego chciałby się wycofać, a z drugiej strony konsument decydując się na rozwiązanie kontraktu przed czasem zostanie obciążony karą umowną, do której naliczenia nie ma podstaw prawnych.

Ad V. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 uokik, 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.

Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Spółkę obowiązku skierowania listem poleconym za zwrotnym potwierdzeniem odbioru - w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy w okresie od 1 stycznia 2016 r. do dnia 31 marca 2019 zawarli umowę o świadczenie usług zdrowotnych ze Spółką, pisemnej informacji o wydanej decyzji wobec Spółki - o treści wskazanej w pkt V sentencji decyzji. W przypadku gdy dany konsument nie otrzyma ze wskazanych w pkt V sentencji decyzji powodów, skierowanej listem poleconym informacji o decyzji, Spółka została zobowiązana do podjęcia kolejnych działań w celu dotarcia do konsumentów z informacją o wydanej decyzji tj. dokonania kolejnej próby poinformowania konsumenta poprzez list polecony za zwrotnym potwierdzeniem odbioru lub podjęcia próby skontaktowania się z konsumentem, poprzez inne środki komunikacji, w tym w drogą telefoniczną, e-mailową lub sms-ową.

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 Spółki. 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. Należy dodać, że Prezes Urzędu przy nakładaniu przedmiotowego środka uwzględnił także fakt, iż część spośród zawartych umów z konsumentami nadal pozostaje w obrocie prawnym.

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

Ad VI. Kara pieniężna.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, 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 uokik. Art. 106 ust. 3 uokik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się

jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 uokik 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 uokik 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.

Spółka nie złożyła w urzędach skarbowych zeznań podatkowych o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) CIT-8 za lata 2018-2020 r. oraz nie przekazała Prezesowi Urzędu informacji o średnim obrocie osiągniętym przez nią w trzech ostatnich latach obrotowych.

Brak wpływu zeznań podatkowych do Urzędu Skarbowego w połączeniu z brakiem informacji o obrocie od samej Spółki za lata 2018-2020 skutkuje przyjęciem, iż w tym okresie Spółka nie osiągnęła obrotu, a w związku z tym zastosowanie znajduje art. 106 ust. 6 uokik, zgodnie z którym w przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzech lat obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

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 zgłoszenia zamiaru koncentracji lub nałożenia kary (art. 5 uokik).

Zgodnie z Tabelą A kursów średnich walut obcych, Tabela nr 255/A/NBP/2020 z dnia 31 grudnia 2020 r., średni kurs euro na dzień 31 grudnia 2020 r. wyniósł 4,6148 zł. Oznacza to, że maksymalna wysokość kary w polskiej walucie może wynieść 46.148,00 zł.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 uokik, 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. W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony materiał dowodowy w sposób jednoznaczny potwierdza stosowanie przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przy czym zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności sprawy przemawiają za zasadnością nałożenia w tym przypadku kary pieniężnej.

Zgodnie z art. 111 uokik okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej to 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 uokik). Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 uokik, 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 uokik

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.

Pkt VI.1. sentencji decyzji.

Prezes Urzędu ustalił, że Spółka dopuściła się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nieinformowaniu w telefonicznych zaproszeniach konsumentów o handlowym celu spotkań, na które ich zapraszała. Przy nakładaniu kary w pkt VI.1. sentencji decyzji Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, iż praktyka ta ujawniała się na etapie przedkontraktowym. Niniejsza praktyka ograniczała konsumentom w wysokim stopniu możliwość uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych, dlatego też naruszała ona interesy konsumentów w stopniu znacznym. Konsumentom wprowadzeni przez Spółkę w błąd nie byli w stanie zorientować się, jaki jest rzeczywisty cel kierowanych do nich zaproszeń telefonicznych. Ze zgromadzonych w sprawie materiałów wprost bowiem wynika, że Spółka w zaproszeniach telefonicznych zwracała jedynie uwagę na walory bezpłatnych badań co sprawiało, że nawet dostatecznie poinformowany i uważny konsument, nie był w stanie zorientować się w jakiego rodzaju wydarzeniu w rzeczywistości będzie uczestniczył, a co za tym idzie, nie miał możliwości w sposób obiektywny podjąć decyzji co do ewentualnego w nim udziału. Zwrócić przy tym należy uwagę, że zaproszenia Spółki kierowane były do osób starszych, które w sposób mniej krytyczny podchodzą do tego typu propozycji. Podkreślić też należy, że osoby te nie mają wystarczającego rozeznania w zakresie współczesnych technik marketingowych, są również bardziej ufne co do zapewnień składanych im przez obce osoby. Ponadto przedmiotowa praktyka mogła przyczyniać się do powstania negatywnych skutków finansowych dla konsumentów związanych z zawarciem oferowanej przez Spółkę umowy, a tym samym zagrożone mogły być bezpośrednio interesy ekonomiczne konsumentów. Konsumentom rzetelnie poinformowani o rzeczywistym celu organizowanego przez spółkę spotkania, mogliby zrezygnować z udziału w nim i to właśnie z uwagi na jego komercyjny charakter. Bez wątplenia praktyka spółki mogła wywierać wpływ na konkretne decyzje konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do charakteru organizowanych przez Spółkę spotkań, mogli być bardziej podatni na stosowane wobec nich działania marketingowe.

Zgromadzony materiał dowodowy pozwala stwierdzić, iż przytoczone powyżej działania Spółki były prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy. W ocenie Prezesa Urzędu nie jest możliwe, aby Spółka nie zdawała sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań (otrzymywała w tym zakresie skargi od konsumentów i działających w ich imieniu rzeczników konsumentów, z których wynikało, że konsumenci wybierający się na spotkania organizowane przez Spółkę nie byli świadomi handlowego charakteru tych spotkań). W ocenie Prezesa Urzędu telefoniczne zaproszenia konsumentów na darmowe badania miały na celu wyłącznie zachęcenie konsumentów do udziału w spotkaniach, których jedynym celem było sprzedaż oferowanego przez Spółkę pakietu medycznego. Dlatego Prezes Urzędu uznał, że niniejsza praktyka miała charakter umyślny, była stosowana z rozmysłem, a jej celem było jedynie zgromadzenie jak największej liczby konsumentów na spotkaniach i tym samym zwiększenie sprzedaży oferowanych przez Spółkę pakietów medycznych.

Prezes Urzędu wymierzając wysokość kary uwzględnił fakt, że praktyka ta miała długotrwały charakter. Stosowana była od 1 listopada 2014 r. - Spółka oświadczyła, że działalność związaną z oferowaniem umów prowadziła od tego dnia. Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności oraz jej wysoka szkodliwość przesądziły o nałożeniu kary pieniężnej za niniejszą praktykę w wysokości 46 148 zł (słownie: czterdzieści sześć tysięcy i sto czterdzieści osiem złotych), co stanowi równowartość 10

000 euro.

Wartość euro została przeliczona na złote według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., zgodnie z którym kurs euro wyniósł 4,6148 zł.

Pkt VI.2. sentencji decyzji.

W pkt VI.2. sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 27 ustawy o prawach konsumenta poprzez zawarcie w umowie sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta, podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do zawieranej przez Spółkę z konsumentami umowy. W zakresie tej praktyki Prezes Urzędu nakładając karę uwzględnił, że ujawniała się ona na etapie zawierania kontraktu - konsument w trakcie zawierania umowy sprzedaży pakietu medycznego otrzymywał zawartą w niniejszym pouczeniu informację, iż nie może od tej umowy odstąpić.

Praktykę tę uznać należy za naruszającą interesy konsumentów w stopniu znacznym. Spółka stosując niniejszą praktykę godziła nie tylko w interesy prawne, ale również w interesy ekonomiczne konsumentów, z którymi zawarła umowy poza swoim lokalem. Zawarte przez Spółkę pouczenie prowadziło do powstania u konsumenta, który zawarł ze Spółką przedmiotową umowę poza lokalem przedsiębiorstwa mylnego wyobrażenia, iż nie przysługuje mu prawo do odstąpienia w terminie 14 dni od umowy, przysługujące na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta. Pod wpływem zamieszczonego przez Spółkę pouczenia konsumenci zawierający ze Spółką umowę poza jej lokalem mogli rezygnować z przysługującego im prawa. Prawo do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy jest jednym z podstawowych uprawnień przyznanych konsumentom, mającym na celu ochronę ich uzasadnionych interesów prawnych i ekonomicznych. Przewidziane przez ustawodawcę uprawnienie do odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy wynika z faktu, że umowa taka jest zawierana w nietypowym trybie i warunkach, w których pojawiają się szczególne zagrożenia dla konsumenta, takie jak pośpiech, brak możliwości dostatecznego przemyślenia, presja psychologiczna, zaskoczenie, stosowanie technik sprzedażowych czy działanie pod wpływem silnych emocji. Powyższe miało miejsce w niniejszej sprawie.

Należy wskazać, iż przyjęcie przez Spółkę nieprawidłowej, korzystniejszej dla niej, interpretacji przepisów, nie zwalnia jej z obowiązku znajomości i przestrzegania norm prawa. Niemniej jednak zgromadzony materiał dowodowy nie pozwala na stwierdzenie, czy Spółka stosowała przedmiotową praktykę umyślnie, czy też praktyka ta była skutkiem przyjęcia przez nią nieprawidłowej oceny prawnej swoich działań. W związku z powyższym należy uznać, iż kwestionowana przez Prezesa Urzędu praktyka była stosowana przez Spółkę nieumyślnie.

Dodatkowo Prezes Urzędu uwzględnił, że praktyka ta ma długotrwały charakter. Wzorzec umowny zawierający ww. pouczenie był używany przez Spółkę w obrocie konsumenckim od dnia 1 stycznia 2016 r. Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że negatywne dla konsumentów skutki niniejszej praktyki nadal mogą mieć miejsce, bowiem Spółka zawierała umowy z konsumentami nawet na okres 48 miesięcy, w związku z tym część oferowanych przez Spółkę umów nadal może funkcjonować i zapewne funkcjonuje w obrocie prawnym.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności oraz jej znaczna szkodliwość przesądziły o nałożeniu kary pieniężnej za niniejszą praktykę w wysokości 41 533 zł (słownie: czterdzieści jeden tysięcy i pięćset trzydzieści trzy złote), co stanowi równowartość 9 000

euro.

Wartość euro została przeliczona na złote według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., zgodnie z którym kurs euro wynosił 4,6148 zł.

Pkt VI.3. sentencji decyzji.

W pkt VI.3. sentencji decyzji nałożono na Spółkę karę pieniężną z tytułu nieinformowania konsumentów, na organizowanych przez nią spotkaniach poza lokalem swojego przedsiębiorstwa, o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a także niewydawania wzoru formularza o odstąpieniu od umowy, czym Spółka naruszała spoczywający na niej obowiązek poinformowania konsumenta o przysługującym mu prawie do odstąpienia od umowy, wynikający z art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta. Praktyka ta jest wynikiem przyjętej przez Spółkę niekorzystnej dla konsumentów interpretacji art. 3 ust 1 pkt 7 ustawy o prawach konsumenta w ramach której Spółka założyła, że do oferowanych przez nią umów nie stosuje się ustawy o prawach konsumenta.

W związku z tym, że stosowana przez Spółkę praktyka utrudniała konsumentom możliwość wycofania się w odpowiednim czasie z zawartej przez nich umowy, poprzez skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy, praktykę tę uznać należy za wysoce szkodliwą naruszającą interesy konsumentów w znacznym stopniu. Jak już wskazano w uzasadnieniu nałożenia kary w pkt VI.2. sentencji decyzji, w przypadku składania propozycji zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być zaskoczony złożoną ofertą oraz znajdować się pod presją jej przyjęcia, dlatego możliwość skorzystania z prawa odstąpienia od umowy daje konsumentowi szansę na ponowne przemyślenie swojej decyzji oraz zweryfikowanie przedstawionej oferty. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument został o tym prawie w sposób należyty i we właściwym czasie poinformowany, czego Spółka nie robiła. Konsekwencją takiego działania Spółki było utrudnianie, a nawet uniemożliwienie konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy.

Jak wskazano wcześniej przyjęcie przez Spółkę nieprawidłowej, korzystniejszej dla niej, interpretacji przepisów, nie zwalnia jej z obowiązku przestrzegania norm prawa. Niemniej jednak w związku z tym, że zgromadzony materiał dowodowy nie pozwala na stwierdzenie, czy Spółka stosowała przedmiotową praktykę umyślnie, czy też praktyka ta była skutkiem przyjęcia przez nią nieprawidłowej oceny prawnej swoich działań należy uznać, iż kwestionowana przez Prezesa Urzędu praktyka była stosowana przez Spółkę nieumyślnie.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż praktyka ta miała długotrwały charakter. Spółka wskazała, że działalność związaną z oferowaniem konsumentom umów sprzedaży pakietu medycznego prowadziła od dnia 1 listopada 2014 r. W związku z tym, że ustawa o prawach konsumenta weszła w życie w dniu 25 grudnia 2014 r. należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka była stosowana od tego dnia do dnia 31 marca 2019 roku.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności oraz jej znaczna szkodliwość przesądziły o nałożeniu kary pieniężnej za niniejszą praktykę w **wysokości 41 533 zł** (słownie: czterdzieści jeden tysięcy i pięćset trzydzieści trzy złote), co stanowi równowartość 9 000 euro.

Wartość euro została przeliczona na złote według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., zgodnie z którym kurs euro wynosił 4,6148 zł.

Pkt VI.4. sentencji decyzji.

Co do czwartej z zarzuconych Spółce praktyk, polegającej na zawarciu w umowie sprzedaży pakietu medycznego postanowienia nakładającego na konsumenta obowiązek zapłaty kary umownej w przypadku wypowiedzenia przez niego tej umowy, podczas gdy karę umowną można zastrzec w odniesieniu do zobowiązania niepieniężnego, co narusza art. 483 § 1 Kodeksu cywilnego należy wskazać, że praktyka ta ujawnia się na etapie wykonania umowy.

Praktykę tę uznać należy za wysoce szkodliwą. W kwestionowanym postanowieniu Spółka przewiduje, że konsument wypowiadający umowę przed upływem terminu jej obowiązywania powinien zapłacić karę umowną. Zawarte w umowie niniejsze postanowienie może prowadzić do powstania u konsumenta, który zawarł ze Spółką umowę mylnego wyobrażenia, iż w przypadku podjęcia przez niego decyzji o przedterminowym rozwiązaniu umowy będzie on zobowiązany do uiszczenia kary. Pod wpływem zamieszczonego przez Spółkę postanowienia konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowę mogą, z obawy przed roszczeniami Spółki o zapłatę kary umownej, zrezygnować z przedterminowego rozwiązania tej umowy. Ponadto w przypadku kiedy konsument dokonał pełnej zapłaty za pakiet przed podpisaniem umowy lub tuż po jej podpisaniu pobranie kary nie jest niczym uzasadnione. Łamie to zasadę ekwiwalentności świadczeń i stanowi przykład wykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i nierzetelnego traktowania partnerów umów w celu zapewnienia sobie nienależnych zysków. Prezes Urzędu ustalił, że Spółka nie egzekwowała od konsumentów kar ustalonych w niniejszym postanowieniu, niemniej jednak Spółka przedmiotową praktyką mogła godzić w ekonomiczne interesów konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, spółka świadomie dążyła do postawienia konsumenta w gorszej pozycji poprzez zamieszczenie przedmiotowej klauzuli. Zamieszczenie w umowie przedmiotowego postanowienia stanowiło jeden z elementów działań nakierowanych na osiągnięcie łatwego zysku kosztem konsumentów, mających prowadzić do zminimalizowania ryzyka odstąpienia od zawartej ze Spółką umowy i wprowadzenia dezinformacji konsumentów, co do posiadanych przez nich praw i obowiązków. W okolicznościach niniejszej sprawy trudno przyjąć, by przedsiębiorca nie zdawał sobie sprawy z ewidentnie negatywnych dla konsumentów skutków stosowanego przez siebie bezprawnego postanowienia umownego. Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu uznał, że obecnie rozważanemu działaniu przedsiębiorcy należy przypisać cechę umyślności.

Ponadto Prezes Urzędu uwzględnił, iż praktyka ta miała długotrwały charakter. Wzorzec umowy z przedmiotowym postanowieniem był stosowany przez Spółkę w obrocie konsumenckim od dnia 1 stycznia 2016 r. W związku z tym należy przyjąć, iż przedmiotowa praktyka stosowana jest od tego dnia. Spółka oświadczyła, że zaniechała działalności związanej z oferowaniem konsumentom umów z końcem marca 2019 r. Tym samym Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 31 marca 2019 r. Należy przy tym wskazać, że negatywne dla konsumentów skutki niniejszej praktyki nadal mogą mieć miejsce, bowiem Spółka zawierała umowy z konsumentami nawet na okres 48 miesięcy, w związku z tym część oferowanych przez Spółkę umów nadal może funkcjonować w obrocie prawnym.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności oraz jej wysoka szkodliwość przesądziły o nałożeniu kary pieniężnej za niniejszą praktykę w **wysokości 46 148 zł** (słownie: czterdzieści sześć tysięcy i sto czterdzieści osiem złotych), co stanowi równowartość 10 000 euro.

Wartość euro została przeliczona na złote według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., zgodnie z którym kurs

euro wynosił 4,6148 zł.

Nakładając kary za powyżej wskazane cztery praktyki Prezes Urzędu nie dopatrył się żadnych okoliczności łagodzących w przedmiotowej sprawie. Natomiast okolicznością obciążającą, która została wzięta pod uwagę przy wymierzaniu każdej z kar jest znaczny zasięg terytorialny stosowanych praktyk, bowiem Spółka oferowała umowy sprzedaży pakietu medycznego na terenie całego kraju. Kolejną okolicznością obciążającą, która została uwzględniona przy praktykach wskazanych w pkt I oraz IV sentencji decyzji, to umyślność ich stosowania. Należy dodać, że z ilości zawieranych przez Spółkę umów wynika, iż Spółka mogła osiągać znaczne obroty w ramach swojej działalności (Spółka w samym 2018 roku zawarła [****] umów). Natomiast z materiału dowodowego wynika, że oferowana konsumentom umowa zazwyczaj oscylowała w okolicach kwoty 6.500,00 zł. Niemniej jednak, z uwagi na brak wymaganych dokumentów do obliczenia obrotu Spółki, nałożenie kar na Spółkę następuje na podstawie art. 106 ust. 6 uokik, który to przepis pozwala na nałożenie kary pieniężnej w maksymalnej wysokości do 10,000 euro za każdą z praktyk. Z uwagi na to, że Spółka nie złożyła za lata 2018-2020 r. zeznań podatkowych oraz z uwagi na prawdopodobieństwo osiągnięcia znacznego przez nią obrotu w latach 2018-2019 r. Prezes Urzędu zdecydował się nałożyć kary w największym możliwym wymiarze wynikającym z art. art. 106 ust. 6 uokik. Nałożenie niniejszych kar ma spełnić przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz spełniać funkcję 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 uokik ww. kary pieniężne 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.

Ad VII. Koszty postępowania.

Stosownie do art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

W punktach I-IV sentencji decyzji organ ochrony konkurencji i konsumentów w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stwierdził naruszenie przez Spółkę przepisów ustawy uokik (art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik). Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 uokik pozwalająca na obciążenie przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki w kwocie **127,00 zł** (słownie: sto dwadzieścia siedem złotych). Wydatki te objęły opłaty związane z doręczeniem szesnastu pism za zwrotnym potwierdzeniem odbioru (koszt wysłania każdego pisma to 8,50 zł - sześć pism, od dnia 1 marca 2019 r. to 8,40 zł - dwa pisma, od dnia 1 marca 2017 r. to 7,80 zł - sześć pism, od dnia 1 marca 2016 r to 6,20 zł - dwa pisma).

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania administracyjnego, koszty postępowania należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na rachunek bankowy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w NBP o/o Warszawa na nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000

Pouczenie

Na podstawie art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 1575; dalej: „Kodeks

postępowania cywilnego”) od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 755, ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000,00 zł.

Zgodnie z art. 103 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 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Jednocześnie art. 117 § 3 Kodeksu postępowania cywilnego stanowi, że 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. Zgodnie z art. 117 § 4 zd. 1 Kodeksu postępowania cywilnego 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.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt VII decyzji, na podstawie art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2021 r., poz. 735, ze zm.) w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 uokik, w związku z 479³² § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, 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.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 755, ze zm.) zażalenia na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlegają opłacie stałej w wysokości 500 zł.

Z up. PREZESA
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ZASTĘPCA DYREKTORA
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów
Hubert Worobiej

Otrzymuje:

1. Pomorskie Centrum Medyczne sp. z o.o.
ul. Powstańców Śląskich 103, lok. 1
01-355 Warszawa
2. a/a