



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
TOMASZ CHRÓSTNY**

RŁO.610.4.2020.EP

Łódź, 30 grudnia 2020 r.

**DECYZJA NR RŁO 12/2020**

- I. Na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec SMED Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy,

**- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -**

**uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania SMED Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy polegające na sugerowaniu konsumentom w kierowanych do nich ulotkach, dostarczanych w formie druku bezadresowego, że głównym celem organizowanych spotkań są bezpłatne badania metodą opracowaną przez dr. Reinharda Volla wykonywane pod kątem wskazanych w ulotkach układów i narządów człowieka, w sytuacji, gdy głównym ich celem jest sprzedaż przez ww. Spółkę zestawu do terapii polem magnetycznym Biomag Lumio

- co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070), a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 13 maja 2020 r.**

- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec SMED spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy,

**- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -**

**uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania SMED Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy polegające na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:



*„Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”*

- co z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287) ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa bez ponoszenia kosztów i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

- III. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy,

**- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -**

**nakłada na SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów opisanego w punkcie II sentencji niniejszej decyzji, poprzez:**

- 1. przekazanie listem poleconym lub doręczenia bezpośrednio - w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - każdemu konsumentowi, który skorzystał z ustawowego uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, a od którego pobrano 500 zł z tytułu usługi szkolenia lub któremu nie zwrócono wpłaconej wcześniej kwoty z powodu zaliczenia jej na poczet usługi szkolenia, którą uznano za wykonaną i nie podlegającą zwrotowi, w sposób czytelny i zrozumiały, pisemnej informacji o treści:**

*„W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 30 grudnia 2020 r. nr RŁO 12/2020 SMED Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy informuje, że stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:*

*„Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie*



*pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”,*

*co z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa bez ponoszenia kosztów i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.*

*Pełna treść decyzji nr RŁO 12/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).*

*Jednocześnie uprzejmie informuję, że w związku z pobraniem kwoty [w tym miejscu należy uzupełnić kwotę pobraną na poczet usługi szkolenia i niezwróconą danemu konsumentowi] złotych z tytułu wykonanej usługi szkolenia, istnieje możliwość złożenia reklamacji wraz z podaniem numeru rachunku. Reklamację należy przestać pocztą na adres: [w tym miejscu należy uzupełnić adres] lub drogą mailową na adres: [w tym miejscu należy uzupełnić adres mailowy]”;*

2. **dokonanie zwrotu kwoty zatrzymanej z tytułu usługi szkolenia** - w ramach przysporzenia konsumentowi - każdemu konsumentowi, który skorzystał z ustawowego uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, a od którego pobrano 500 zł z tytułu usługi szkolenia lub któremu nie zwrócono wpłaconej wcześniej kwoty z powodu zaliczenia jej na poczet usługi szkolenia, którą uznano za wykonaną i nie podlegającą zwrotowi. Zwrotu tego SMED Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy dokona w terminie 30 (trzydziestu) dni od dnia złożenia reklamacji na numer rachunku bankowego wskazany w reklamacji.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086),

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

**nakłada na SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy:**

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 42 779 zł (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemset siedemdziesiąt dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 45 631 zł (słownie: czterdzieści pięć tysięcy sześćset trzydzieści jeden złotych)**, płatną do budżetu państwa,

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086) w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2020 r., poz. 256, 695 i 1298) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -



**postanawia obciążyć SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy kosztami niniejszego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 45,80 zł (słownie: czterdzieści pięć złotych osiemdziesiąt groszy) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

### Uzasadnienie

Na podstawie sygnałów od Rzeczników Konsumentów, postanowieniem z dnia 30 września 2019 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z działalnością prowadzoną przez SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu (obecnie z siedzibą w Bydgoszczy). Postępowanie to prowadzone było pod sygnaturą RŁO.403.7.2019.EP.

Analiza materiału dowodowego uzyskanego w toku postępowania wyjaśniającego data podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 4 sierpnia 2020 r. nr 1/610.4.2020, postępowania w sprawie podejrzenia stosowania przez SMED Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy (dalej: SMED, Spółka, Przedsiębiorca) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na:

1. sugerowaniu konsumentom w kierowanych do nich ulotkach, dostarczanych w formie druku bezadresowego, że głównym celem organizowanych spotkań są bezpłatne badania metodą opracowaną przez dr. Reinharda Volla wykonywane pod kątem wskazanych w ulotkach układów i narządów człowieka, w sytuacji, gdy głównym ich celem jest sprzedaż przez ww. Spółkę zestawu do terapii polem magnetycznym Biomag Lumio

- co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070), a w konsekwencji praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:  
*„Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”*

- co z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287) mogło ograniczać prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa bez ponoszenia kosztów i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz.



2070), a w konsekwencji mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

*(dowód: postanowienie nr 1/610.4.2020 z dnia 4 sierpnia 2020 r. - karty 2-6 akt adm.)*

Sprawa została przekazana przez Prezesa Urzędu Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*(dowód: przekazanie sprawy z dnia 23 lipca 2020 r. - karta 1 akt adm.)*

O wszczęciu niniejszego postępowania Spółka została zawiadomiona pismem z dnia 4 sierpnia 2020 r.

*(dowód: zawiadomienie z dnia 4 sierpnia 2020 r. - karta 7 akt adm.)*

Postanowieniem nr 2/610.4.2020 z dnia 17 sierpnia 2020 r., Prezes Urzędu postanowił o zaliczeniu w poczet dowodów we wszczętym postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygnaturze RŁO.610.4.2020.EP określone pisma i dokumenty uzyskane w toku przeprowadzonego postępowania wyjaśniającego pod sygn. RŁO.403.7.2019.EP oraz uzyskane przez Prezesa Urzędu sygnały od Powiatowych Rzeczników Konsumentów.

*(dowód: postanowienie nr 2/610.4.2020 z dnia 17 sierpnia 2020 r. - karty 11 - 12 akt adm.)*

O zaliczeniu w poczet dowodów ww. dokumentacji Przedsiębiorca został zawiadomiony pismem z dnia 17 sierpnia 2020 r.

*(dowód: zawiadomienie z dnia 17 sierpnia 2020 r. - karty 536 - 537 akt adm.)*

Wskazane wyżej zawiadomienia z dnia 4 i 17 sierpnia 2020 r., skierowane do Spółki na jej adres ujawniony w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, zostały zwrócone do nadawcy z adnotacją „nie podjęto w terminie”.

*(dowód: zwroty ww. listów - karty 540 - 546 akt adm. i karty 550 - 554 akt adm.)*

W tym miejscu należy wskazać, że zgodnie z art. 44 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 256, 695 i 1298, dalej jako: Kodeks postępowania administracyjnego lub kpa), w razie niemożności doręczenia pisma w sposób wskazany w art. 42 i 43, operator pocztowy w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. - Prawo pocztowe przechowuje pismo przez okres 14 dni w swojej placówce pocztowej - w przypadku doręczania pisma przez operatora pocztowego. Stosownie do art. 44 § 4 ww. ustawy, doręczenie uważa się za dokonane z upływem ostatniego dnia okresu, o którym mowa w § 1, a pismo pozostawia się w aktach sprawy.

W dniu 11 września 2020 r. Prezes Urzędu wezwał SMED do przekazania informacji o osiągniętym obrocie w latach 2017-2019, do którego informacyjnie dołączono kopie wcześniejszych zawiadomień z dnia 4 i 17 sierpnia 2020 r. wraz z załącznikami w postaci kopii postanowień nr 1/610.4.2020 oraz nr 2/610.4.2020.

*(dowód: wezwanie z dnia 11 września 2020 r. - karta 549 akt adm.)*

Wskazane wezwanie z dnia 11 września 2020 r., skierowane do Spółki na jej adres ujawniony w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, również zostało zwrócone do nadawcy z adnotacją „nie podjęto w terminie”. Na podstawie art. 44 § 4 Kodeksu postępowania administracyjnego, doręczenie uznano za dokonane, a pismo pozostawiono w aktach sprawy.





*(dowód: zwrot ww. listu - karty 557 - 568 akt adm.)*

Jednocześnie skan ww. wezwania wraz z załącznikami w postaci skanów zawiadomień z dnia 4 i 17 sierpnia 2020 r. oraz postanowień nr 1/610.4.2020 oraz nr 2/610.4.2020 został przekazany do wiadomości Spółki na jej adres e-mail ujawniony w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, na co Spółka również nie zareagowała.

*(dowód: wydruk e-mail z dnia 11 września 2020 r. - karta 569 akt adm.)*

Ponadto, Prezes Urzędu wystąpił o przekazanie informacji o wysokości przychodów uzyskanych przez Spółkę w latach 2017 - 2019 do Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Bydgoszczy *(dowód: pismo z dnia 5 października 2020 r. - karta 555 akt adm.)* oraz do Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Grunwald w Poznaniu *(dowód: pismo z dnia 5 października 2020 r. - karta 556 akt adm.)*.

W piśmie z dnia 26 października 2020 r. Naczelnik Drugiego Urzędu Skarbowego w Bydgoszczy przekazał do Prezesa Urzędu informację [usunięto].

*(dowód: pismo Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Bydgoszczy z dnia 26 października 2020 r. - karta 570 akt adm.)*

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 Kodeksu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 17 listopada 2020 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę (również, jak poprzednio, kierując zawiadomienie na adres ujawniony w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego) o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy i wypowiedzenie się co do zebranych dowodów oraz przedstawionych zarzutów.

*(dowód: zawiadomienie z dnia 17 listopada 2020 r. - karta 571 akt adm.)*

Skan ww. zawiadomienia z dnia 17 listopada 2020 r. został przekazany do wiadomości Spółki na jej adres e-mail ujawniony w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 9 grudnia 2020 r.

*(dowód: wydruk e-mail z dnia 9 grudnia 2020 r. - karta 577 akt adm.)*

Wskazane zawiadomienie z dnia 17 listopada 2020 r. zostało zwrócone do nadawcy z adnotacją „nie podjęto w terminie”. Na podstawie art. 44 § 4 Kodeksu postępowania administracyjnego, doręczenie uznano więc za dokonane, a pismo pozostawiono w aktach sprawy.

*(dowód: zwrot ww. listu- karty 578 - 579 akt adm.)*

Zgodnie z art. 45 kpa, jednostkom organizacyjnym i organizacjom społecznym doręcza się pisma w lokalu ich siedziby do rąk osób uprawnionych do odbioru pism. Przepis art. 44 stosuje się odpowiednio.

Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego z dnia 2 grudnia 2020 r. do dnia 1 lipca 2020 r. Spółka miała swą siedzibę w Poznaniu, zaś jej adresem był Poznań, ul. Głogowska 31/33, natomiast od dnia 1 lipca 2020 r. siedziba SMED została przeniesiona do Bydgoszczy, zaś nowym adresem Spółki ujawnionym w tym Rejestrze jest Bydgoszcz, ul. Orła 42 lok. 11.

*(dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego dotyczącego Spółki z dnia 2 grudnia 2020 r. - karty 573 - 576 akt adm.)*

Z powyższego wynika, że przez cały czas trwania niniejszego postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów siedziba i adres Przedsiębiorcy (jak również skład jego organu uprawnionego do reprezentacji) nie



ulegały zmianie. Należy w tym miejscu podkreślić również, że Spółka nie przekazała w toku przedmiotowego postępowania innego adresu do doręczeń.

Natomiast zgodnie z art. 17 ust. 1 ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (Dz. U. z 2019 r., poz. 1500, 1798 i 534) domniemywa się, że dane wpisane do Rejestru są prawdziwe.

Mając powyższe na uwadze przyjąć należy zatem, że Spółka nie skorzystała z ww. uprawnień do zapoznania się z aktami niniejszej sprawy i wypowiedzenia się co do zebranych dowodów oraz przedstawionych zarzutów.

### Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

SMED Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Bydgoszczy jest spółką prawa handlowego, zarejestrowaną w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej jako: KRS) od 14 listopada 2017 r. pod numerem KRS 0000703944. Poprzednio (do 1 lipca 2020 r.) siedziba Spółki mieściła się w Poznaniu.

Przedmiotem przeważającej działalności Przedsiębiorcy, zgodnie z klasyfikacją PKD jest *Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (47, 99, Z)*. Od dnia 13 maja 2020 r. Spółka zawiesiła wykonywanie działalności gospodarczej (wpis w KRS dokonany w dniu 26 maja 2020 r.).

*(dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego dotyczącego Spółki z dnia 2 grudnia 2020 r. - karty 573 - 576 akt adm.)*

Spółka przed zawieszeniem wykonywania działalności prowadziła działalność handlową oferowania i sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa w ramach spotkań handlowych organizowanych na terenie całego kraju. W ofercie Przedsiębiorcy znajdował się zestaw do terapii polem magnetycznym Biomag Lumio.

*(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 listopada 2019 r.- karta 27 akt adm.; pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 kwietnia 2020 r.- karta 86 akt adm.)*

W dokumentach takich jak: wzorzec umowy sprzedaży, umowy zawierane z konsumentami czy ulotki Spółka posługiwała się również nazwą SALUDMED.

*(dowód: wzorzec umowy - karta 29 akt adm.; kopie umów znajdujących się w aktach, przykładowo umowy nr [usunięto] - karta 141 akt adm. oraz nr [usunięto] - karta 179 akt adm.; ulotki - karty 465, 470, 482, 484, 515 akt adm.)*

Informacje o spotkaniach docierały do konsumentów poprzez ulotki, które w formie druków bezadresowych przygotowywane były przez podmiot zewnętrzny - [usunięto] (dalej jako: [usunięto]) na zlecenie Spółki. [usunięto] współpracował z SMED od 7 maja 2018 do 27 czerwca 2019 r. na podstawie pisemnej umowy ramowej o współpracy z dnia 7 maja 2018 r. Jak wskazał [usunięto], współpraca polegała na planowaniu całych kampanii promocyjnych, obejmujących stworzenie harmonogramu spotkań i organizacji prezentacji produktów oferowanych przez kontrahenta w ramach systemu sprzedaży bezpośredniej poprzez:

- rezerwację na rzecz SMED sal wystawowych w poszczególnych miejscowościach, z góry wskazanych przez Spółkę
- zlecenie druku ulotek, układając do przedstawionej przez Spółkę treści projekt graficzny
- świadczenie usług w zakresie telefonicznej obsługi wydarzeń w ten sposób, iż odpowiadano na pytania potencjalnych zainteresowanych odnośnie lokalizacji spotkania,



godzin prezentacji oraz prowadzenie anonimowej ankiety w zakresie woli rozmówcy udziału w spotkaniu.

[usunięto], nie prowadził żadnej działalności w zakresie telemarketingu (tzn. pracownicy sami nie telefonowali do potencjalnych zainteresowanych, aby namawiać ich na udział w spotkaniu), nie brał udziału w sprzedaży bezpośredniej, nie rozprowadzał i nie rozpowszechniał ulotek na badania organizowane przez SMED, nie dostarczał SMED żadnych towarów. Podmiot ten przygotowywał układ graficzny i druk ulotek, a zlecenie ich rozpowszechniania w formie druków bezadresowych dokonywała sama Spółka.

W piśmie wskazano również, że podmioty kontaktowały się ze sobą drogą korespondencji e-mail, którą załączono do odpowiedzi na wezwanie.

Powyższe potwierdza przekazana umowa ramowa o współpracy zawarta między SMED a [usunięto] dnia 7 maja 2018 r.

*(dowód: pismo [usunięto] z dnia 8 czerwca 2020 r. - karty 208 - 210 akt adm.; umowa o współpracy z dnia 7 maja 2018 r. wraz z aneksem z dnia 7 maja 2018 r. - karty 211 - 215 akt adm.)*

W załączonych wydrukach e-mail powtarza się korespondencja dot. zestawień liczby nadawanych druków bezadresowych, potwierdzenia zapłaty za dane zlecenie, plany tras na poszczególne tygodnie (to znaczy wykaz miast z danymi sal do wynajęcia ze wskazaniem ceny i daty), także umowy najmu sal w celu przeprowadzenia bezpłatnych badań profilaktycznych oraz prezentacji urządzeń rehabilitacyjnych (z umów wynika, że najemcą był SMED).

*(dowód: załączniki do pisma [usunięto] z dnia 8 czerwca 2020 r. - karty 216 - 465 akt adm.)*

Zgodnie z umową [usunięto] z dnia 15 czerwca 2018 r. zawartą między SMED a [usunięto] (dalej jako: [usunięto]), [usunięto] wykonywała usługę pocztową polegającą na przyjęciu, przemieszczeniu i doręczeniu druków bezadresowych, nadawanych w ciągu miesiąca kalendarzowego (przy czym za druk bezadresowy określono nieopatrzoną adresem informację pisemną lub graficzną, zwielokrotnioną za pomocą technik drukarskich lub podobnych, utrwalonym na papierze albo innym materiale używanym w drukarstwie, w tym książkę, katalog, dziennik, czasopismo). Usługa, zgodnie z umową, miała być wykonywana zgodnie z zestawieniem liczby nadawanych druków bezadresowych, sporządzonym według wzoru stanowiącego załącznik do umowy, zawierającym w szczególności informację o ilości i wadze jednostkowej druku bezadresowego, obszarze, na którym mają być doręczone, oraz grupie ich odbiorców. Jednocześnie w umowie zawarto zastrzeżenie, że [usunięto] nie ponosi odpowiedzialności za treści zamieszczone na drukach bezadresowych, a SMED zobowiązuje się mocą zawartej umowy do dostarczania [usunięto] każdorazowo przed nadaniem egzemplarza okazowego druku bezadresowego. [usunięto] miała doręczać przyjęte druki bezadresowe w terminie do 7 dni roboczych po dniu ich nadania.

*(dowód: umowa nr [usunięto] - karty 182 - 186 akt adm.)*

Poniżej wzór zestawienia liczby nadawanych druków bezadresowych z umowy z [usunięto] oraz jedno z gotowych zestawień przesłanych e-mailem z SMED do [usunięto]:

[fragmenty usunięto]





**Zestawienie liczby nadawanych druków bezadresowych**

Nadawca .....  
 Data .....  
 Placówka pocztowa nadawcza .....

numer telefonu ( ) .....

Nazwa jednostki z którą zawarta jest umowa .....

Numer umowy .....

**Ziecam doręczenie druków bezadresowych:**

**1. Następujące ilości:**

Ilość [szt.]	Masa [g]	Cena jednostkowa [zł]	Należność [zł]

**2. Na obszarze:**  
 .....

**3. Doręczyć do\*:**

a) gospodarstw domowych i przedsiębiorców  
 b) gospodarstw domowych  
 c) przedsiębiorców

**4. Doręczyć w umownym terminie określonym w umowie\***

**5. Raport z wykonania zlecenia\***

Liczba placówek pocztowych objętych raportowaniem [szt.]	Cena jednostkowa [zł]	Należność [zł]

**6. Sprawdzenie doręczenia druków bezadresowych przy udziale klienta\***

Liczba punktów dorężeń w obrębie kilku ulic w zwartej zabudowie [szt.]**	Cena jednostkowa [zł]	Należność [zł]

Liczba punktów dorężeń w obrębie kilku ulic w rozproszonej zabudowie [szt.]**	Cena jednostkowa [zł]	Należność [zł]

(podpis zlecającego) .....  
 (podpis pracownika placówki nadawczej)  
 Odcisk datownika

*\*niekiedy zaznaczyć "X"*  
*\*\* minimum 40 sprawdzonych punktów dorężeń*

(dowód: karta 183 odwrót akt adm.)

Złecam dołączenie druków bezadresowych:

1. Następujące ilości:

Ilość [szt.]	Masa [g]	Cena jednostkowa [zł]	Netto	Należność [zł]	
8 000	5	0,08	490	580,4	19-200 Grajek 1, 3 pakiety
2 100	5	0,08	168	206,64	19-200 Kiszczycy, 1 pakiet
4 300	5	0,08	344	423,12	18-500 Kłosa, 1 pakiet
14 100	5	0,08	1128	1387,44	16-400 Łomża, 1, 5 pakietów
1 800	5	0,08	128	157,44	16-410 Zbuczna, 1 pakiet
28100				2765,04	
			+5 raportów - 49,20	2765,04	

2. Na obszarze:  
zgodnie z dołączonym planem kierowania DB

3. Dotyczy do\*:  
 a) gospodarstw domowych i przedsiębiorców  
 b) gospodarstw domowych  
 c) przedsiębiorców

4. Dotyczy w umownym formacie określonym w umowie: standardowy D+7

5. Raport z wykonania zlecenia

6. *SMED Sp. z o.o.*  
 podpis Zleceniobiorcy 11/13  
 NIP 7724 133 140 28748288

\* wskazać właściwe opisy

Załączniki:

(dowód: karta 458 akt adm.)

Przedsiębiorca mimo wezwania go do przedłożenia wzorów ulotek nie przekazał ich wyjaśniając, że dystrybucją ulotek zajmował się podmiot zewnętrzny, zaś Przedsiębiorca aktualnie nie posiada wzoru ulotki.

(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 kwietnia 2020 r.- karta 87 akt adm.)

Prezes Urzędu pozyskał stosowane przez SMED w formie druków bezadresowych ulotki od Rzeczników Konsumentów z różnych rejonów Polski, jak również od jednego konsumenta. Projekt ulotki przekazał również [usunięto].

Osoby zainteresowane skierowanym do nich zaproszeniem, zobligowane były do telefonicznej rejestracji udziału w spotkaniu.

Treść zgromadzonych w postępowaniu ulotek wskazuje, że informacja o części handlowej i wykładowej spotkania stanowi marginalną część całego przekazu (została nadrukowana na samym końcu ulotki drobną czcionką).

(dowód: załącznik do e-maila Delegatury UOKiK we Wrocławiu do Delegatury UOKiK w Łodzi z dnia 17 kwietnia 2019 r. w postaci skanu ulotki przekazanej przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Krosna Odrzańskiego - karta 482 akt adm.; załącznik do zawiadomienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Pleszewie z dnia 31 lipca 2019 r. - karta 484 akt adm.; załącznik do zawiadomienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostródzie z dnia 1 lipca 2019 r. - karta 515 akt adm.; załącznik do pisma [usunięto] z dnia 24 czerwca 2020 r. - karta 470 akt adm., załącznik do pisma [usunięto] z dnia 8 czerwca 2020 r. - karta 465 akt adm.)

Poniżej skany dwóch przykładowych ulotek rozsyłanych wśród konsumentów (karta 482 i karta 515 akt adm.):

## BEZPŁATNE BADANIE METODA DR. VOLLA

termin badań: 12.02.2019 (wtorek)  
na godz. 14:00 (proszę być 20 min. wcześniej)  
na godz. 17:00 (proszę być 20 min. wcześniej)

miejsce wykonywania: Hala Sportowo-Widowiskowa, I piętro  
ul. Pułaskiego 3, Krosno Odrzańskie

Nowoczesna Diagnostyka (test) EAV\* polega na sprawdzeniu (diagnozowaniu) m.in.:

- ogólnej kondycji organizmu (ogniska zakaźne w pięciu obiegach: nerkach, płucach, sercu, śledzionie, wątrobie)
- układu immunologicznego (alergie, autoalergie, autoimmunity)
- obciążeń mikrobiologicznych (wirusy, bakterie, pasożyty)
- obciążeń chemicznych (metale ciężkie, pierwiastki toksyczne i promieniotwórcze)
- 100-150 najważniejszych parametrów zdrowotnych człowieka

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

Obowiązkowa rejestracja telefoniczna, czynna w dni robocze od 8:00 do 16:00

☎ 735 774 914

☎ 735 774 912

☎ 735 774 913

Saludmed ul. Głogowska 31/33, 60-702 Poznań. W trakcie oczekiwania na wynik badań odbędzie się część wykładowa i handlowa. Przeciwwskazaniem: ciąża, rozrusznik oraz stymulatory elektroniczne, epilepsja, choroba nowotworowa w okresie 5 lat. Badanie przeznaczone dla osób w wieku 31-79 lat.



# BEZPŁATNE BADANIE

Metoda badania opracowana przez dr. Reinhalda Volla

Termin badań:

Nr. 2  
15.05.2019 (środa)

na godz. 14:00 (proszę o przybycie 20 min. wcześniej)  
na godz. 17:00 (proszę o przybycie 20 min. wcześniej)

Miejsce wykonywania:

Dom Restauracyjny „U Wokulskiego”, parter  
ul. Bolesława Prusa 2, Ostróda

Badanie wykonywane jest pod kątem:

## UKŁAD KRAŻENIA

- Arytmia
- Miażdżyca
- Nadciśnienie
- Stan tętnic
- Stan serca

## SYSTEM OSKRZELOWO-PLUCNY

- Oskrzela
- Płuca
- Krtani
- Tchawica

## SYSTEM TRAWIENNY

- Wątroba
- Trzustka
- Jelita
- Żołądek

## SYSTEM MOCZOWO-PLCIOWY

- Nerki
- Pęcherz

## SYSTEM ENDOKRYNNY

- Gruczoł
- Tarczycyca

## SYSTEM IMMUNOLOGICZNY

- Śledziona
- Węzły limfatyczne

## UKŁAD KOSTNY

- Kręgosłup
- Stawy rąk
- Stawy nóg

15.1340      Nr. 13E

Badanie jest bezbolesne i bezinwazyjne. Każda zarejestrowana osoba zostanie przebadana i na miejscu otrzyma kartę z wynikami. Przeciwwskazania: ciąża, rozrusznik oraz stymulatory elektroniczne, epilepsja, choroba nowotworowa w okresie 5 lat. Badanie dla osób w wieku 31-79 lat.

Obowiązkowa rejestracja, wyłącznie telefoniczna, czynna w dni robocze 8.00-16.00:

Rejestracja: ☎ 735 774 914    ☎ 735 774 912    ☎ 735 774 913

Siedzibna ul. Glinowa 11/13, 90-202 Poznań.  
Wytraktujcie opinie i wyniki badań oddzielnie z części wykładu z handlowa.

Z treści otrzymanych sygnałów od konsumentów oraz Rzeczników Konsumentów wynika mechanizm zachowania Przedsiębiorcy. Za pomocą rozsyłanych ulotek konsumenci byli zapraszani na bezpłatne badania, na które należało zarejestrować się telefonicznie, polegające na badaniu m.in. układu krążenia, systemu oskrzelowo-płucnego czy systemu trawiennego, tzw. metodą opracowaną przez dr. Reinharda Volla. W trakcie spotkania zbierane były wstępne informacje na temat stanu zdrowia konsumenta, następnie odbywało się tzw. badanie, które jak określili konsumenci polegało na trzymaniu metalowej rurki bądź trzymaniu w dłoniach specjalnych drążków i nalożonej wokół głowy opaski, które były połączone z komputerem. W oczekiwaniu na wyniki tych badań odbywała się prezentacja urządzeń i sprzętu do terapii magnetycznej. Następnie w indywidualnych rozmowach przekazywano wyniki przeprowadzonego badania oraz namawiano konsumentów do zakupu

oferowanego urządzenia Biomag Lumio, które rzekomo miało pomóc w leczeniu wykrytych nieprawidłowości. Na zakończenie podpisywano umowy sprzedaży, często w powiązaniu z umową kredytową w jednym z banków.

(dowód: pismo [usunięto] do SMED z dnia 28 stycznia 2019 r. - karta 159 akt adm.; pismo [usunięto] z dnia 22 maja 2019 r. skierowane do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostródzie - karty 509 - 510 akt adm.; pismo [usunięto] z dnia 9 lipca 2019 r. skierowane do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Pleszewie - karty 499 - 500 akt adm.)

Przeprowadzane w trakcie spotkań czynności przez przedstawicieli Spółki nie są badaniami medycznymi, a urządzenia służące do wykonywania pomiarów nie są urządzeniami medycznymi. Testy służyły profilaktyce zdrowotnej, a nie diagnostyce medycznej, a uczestnictwo w spotkaniach nie zastępowało kontaktu z lekarzem. Prelekcje oraz pomiary dokonywane były przez przedstawicieli Spółki działających na podstawie udzielonych pełnomocnictw. Osoby te przechodziły szkolenia wewnętrzne w firmie w zakresie wiedzy na temat terapii polem magnetycznym, oferowanego produktu oraz obsługi aparatu służącego do przeprowadzenia pomiarów. Spółka wyjaśniła także, że biorezonans komórkowy wchodzi w skład medycyny niekonwencjonalnej, naturalnej i jest nieinwazyjny, w związku z tym do przeprowadzenia pomiaru i odczytu wydruku nie jest wymagane wykształcenie medyczne.

(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 14 lipca 2020 r. - karty 477 - 478 akt adm.)

Przedsiębiorca w swojej działalności w obrocie konsumenckim posługiwał się wzorcem umowy sprzedaży.

(dowód: wzorzec umowy - karty 29 - 30 akt adm.)

Przedsiębiorca przedstawił jeden wzorzec umowy. Wyjaśnił również, że na kilku egzemplarzach podawany był różny adres korespondencyjny, poza tym wzorce były identyczne.

(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 kwietnia 2020 r. - karta 86 akt adm.)

W przekazanym wzorcu umowy na pierwszej stronie znajduje się nadrukowane oświadczenie do podpisu konsumenta o treści: „OŚWIADCZAM, IŻ TOWAR OTRZYMAŁEM ORAZ UKOŃCZYŁEM SZKOLENIE\*: TAK/NIE” („\*niepotrzebne skreślić”. Na drugiej stronie ww. wzorca oraz w kopiach przekazanych umów, w części „POUCZENIE O PRAWIE DO ODSTĄPIENIA OD UMOWY” w pkt 1 znajduje się postanowienie o treści:

*„Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”*

(dowód: wzorzec umowy - karty 29 - 30 akt adm., kopie umów znajdujących się w aktach, przykładowo umowy z dnia 14 listopada 2018 r. nr [usunięto] - karta 110 akt adm. oraz z dnia 23 stycznia 2019 r. - karta 157 akt adm.)

Jednocześnie Spółka wyjaśniła, że szkolenie, o jakim mowa powyżej to szkolenie z obsługi zakupionego urządzenia; są 2 rodzaje szkoleń-szkolenie podstawowe („jak włączyć urządzenie, wybrać program, jak wyłączyć, podstawowe zasady korzystania z zestawu”) oraz szkolenie zaawansowane („podstawowe + zmiana parametrów, częstotliwości, szkolenie dedykowane specjalistom, fizykoterapeutom”). Spółka podała, że każda osoba dokonująca zakupu przechodzi podstawowy instruktaż, który jest bezpłatny, a wersja





zaawansowana płatna jest w kwocie 500 zł. Ponadto każdy konsument jest zdaniem Spółki informowany o szkoleniu i ewentualnej odpłatności lub jej braku przy składaniu oferty, przed zawarciem umowy oraz że w przypadku płatnego szkolenia winno być ono wyodrębnione w Przedmiocie Umowy, bezpłatne szkolenie nie jest wyodrębnione.

Ponadto Spółka podała, że szkolenie wykonywane jest przez osobę umocowaną do zawierania umów sprzedaży w imieniu Spółki oraz że w zawartych umowach nie figurują umowy z wyszczególnioną, odpłatną wersją szkolenia.

(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 kwietnia 2020 r. - karta 86 akt adm.; kopie pełnomocnictw do zawierania umów i przeprowadzenia szkolenia - karty 88, 89, 479, 480 akt adm.)

Z pisma przekazanego Prezesowi Urzędu przez konsumenta [usunięto] z dnia 24 czerwca 2020 r. wraz z załącznikami, w tym z zawartej umowy z 12 lutego 2019 r. nr [usunięto] wynika, że na umowie nie została wyodrębniona w Przedmiocie Umowy usługa szkolenia, konsument nie wnioskował o przeprowadzenie szkolenia i nie został poinformowany, że kwota, jaką wpłacił przy zawarciu umowy (tzw. Wpłata własna) będzie zaliczona na jego poczet.

(dowód: pismo [usunięto] z dnia 24 czerwca 2020 r. - karta 468 akt adm.; kopia umowy nr [usunięto] z dnia 12 lutego 2019 r. - karty 469, 23 akt adm.)

Z kolei w dokumentacji przekazanej drogą e-mailową przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Krosna Odrzańskiego w dniu 14 listopada 2019 r. dot. ww. konsumenta, w szczególności w wyjaśnieniach SMED z dnia 20 maja 2019 r. skierowanych do tego Rzecznika w odpowiedzi na wystąpienie w sprawie ww. konsumenta Spółka wskazała, że „(...) zgodnie z Postanowieniami Umowy, punkt 1 Pouczenia o Prawie do Odstąpienia od Umowy Konsument może odstąpić od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi. Zatem wpłata w wysokości 470 zł została zaksięgowana na poczet opłaty za szkolenie.”

(dowód: e-mail od Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Krośnie Odrzańskim wraz z załącznikami - karty 21 - 25 akt adm.)

Na podstawie powyższego sygnału ustalono, że Przedsiębiorca stosował ww. postanowienie umowne w praktyce.

W 2018 r. SMED zawarł [usunięto] umów sprzedaży z konsumentami, zaś w roku 2019 (do dnia 20 listopada 2019 r.) [usunięto] umów. W 2020 r. (do 20 kwietnia 2020 r.) Spółka [usunięto] umów sprzedaży z konsumentami.

(dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 listopada 2019 r. - karta 28 akt adm.; pismo Przedsiębiorcy z dnia 20 kwietnia 2020 r. - karta 87 akt adm.)

Za 2019 r. Przedsiębiorca osiągnął przychód w kwocie [usunięto] zł.

(dowód: pismo Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Bydgoszczy z dnia 26 października 2020 r. - karta 570 akt adm.)

## Prezes Urzędu zważył, co następuje:

W toku postępowania Prezes Urzędu zgromadził materiał dowodowy, którego analiza wskazuje, że Spółka stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji.

### 1. Interes publiczny



Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2020, poz. 1076 i 1086, dalej jako: ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów lub 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 wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Spółki, tj. wziąć udział w organizowanych przez Spółkę spotkaniach i zawrzeć ze Spółką umowę sprzedaży. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Spółki, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania SMED dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

## 2. Naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

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

Dla stwierdzenia, że zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

### 2.1. Status przedsiębiorcy

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Zgodnie z obowiązującym w dniu wszczęcia niniejszego postępowania art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem tym należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2019 r. poz. 1292, 1495 i z 2020 r., poz. 424 i 1086, dalej jako: Prawo przedsiębiorców). Art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców za przedsiębiorcę uznaje m. in. osobę prawną wykonującą działalność gospodarczą.

SMED jest spółką prawa handlowego, zarejestrowaną w KRS od 14 listopada 2017 r. pod numerem 0000703944. Przedmiotem przeważającej działalności Przedsiębiorcy, zgodnie z klasyfikacją PKD jest *Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami (47, 99, Z)*.

Od dnia 13 maja 2020 r. Spółka zawiesiła wykonywanie działalności gospodarczej.

Zgodnie z treścią art. 25 ust. 1 Prawa przedsiębiorców, w okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca nie może wykonywać działalności gospodarczej i osiągać bieżących przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej,

natomiast zgodnie z ust. 2 pkt 4 tego artykułu, w okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca ma prawo albo obowiązek uczestniczyć w postępowaniach sądowych, postępowaniach podatkowych i administracyjnych związanych z działalnością gospodarczą wykonywaną przed datą zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej.

W orzecznictwie sądów administracyjnych wskazuje się, że zawieszenie działalności gospodarczej nie jest równoznaczne z zaprzestaniem działalności, ale oznacza jej ograniczenie do czynności dozwolonych na podstawie ustawy (tak *M. Zdyb, G. Lubeńczuk, A. Wołoszyn-Cichocka*, Prawo przedsiębiorców. Komentarz, Warszawa 2019 i przytoczony w komentarzu do art. 25 wyrok SA w Łodzi z 26.2.2013 r., III AUa 1078/12, Legalis).

W konsekwencji powyższego, zachowania Spółki z okresu do dnia zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej mogą podlegać kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

## 2.2. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

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

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

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorcy dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których kieruje on zaproszenia na pokazy indywidualne oferowanych przez siebie produktów, oraz którym następnie oferuje ich zakup.

Zaznaczyć należy, że zarzucone Przedsiębiorcy praktyki wprowadzające w błąd, naruszają bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki



ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

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

### 2.3. Bezprawność

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną tj. niezależną od wystąpienia szkody czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych.

Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

W ocenie Prezesa Urzędu działania podejmowane przez Spółkę wypełniają znamiona bezprawności poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017, poz. 2070, dalej także jako: upnpr) oraz, w przypadku praktyki opisanej w pkt. II sentencji niniejszej decyzji, dodatkowo poprzez naruszenie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r., poz. 287, dalej także jako: upk).

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

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

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki wprowadzające konsumentów w błąd były związane bezpośrednio z nabyciem produktu oraz związanymi z tym przysługującymi konsumentom uprawnieniami.

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



Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Artykuł 4 ust. 2 upnr stanowi zaś, 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. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 upnr, wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 upnr), jak i zaniechaniu (art. 6 upnr).

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

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

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy wskazać należy, że Przedsiębiorca rozsyłał ulotki do wszystkich gospodarstw domowych, wskazując w nich na możliwość wykonania bezpłatnych badań przez osoby w wieku 31-79 lat. Przedsiębiorca zajmował się sprzedażą urządzenia Biomag Lumio, które to urządzenie miało być przeznaczone do wspomagania leczenia schorzeń, które zostały zdiagnozowane badaniami przeprowadzonymi przez Przedsiębiorcę. Uwzględniając powyższe, należy uznać, że oferta Przedsiębiorcy skierowana była do osób z różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi.

Wobec powyższego za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby dorosłe, cechujące się różnego rodzaju dolegliwościami zdrowotnymi, w tym osoby starsze.

### **2.3.1 Praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 5 ust. 1 upnr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zaś stosownie do art. 5 ust. 3 pkt 6 upnr w zw. z ust. 2 pkt 1 tego artykułu wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji dotyczących powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej.

Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca dopuścił się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej konsumentów w błąd poprzez sugerowanie konsumentom



w kierowanych do nich ulotkach, dostarczanych w formie druku bezadresowego, że głównym celem organizowanych spotkań są bezpłatne badania metodą opracowaną przez dr. Reinharda Volla wykonywane pod kątem wskazanych w ulotkach układów i narządów człowieka, w sytuacji, gdy głównym ich celem była sprzedaż przez ww. Spółkę zestawu do terapii polem magnetycznym Biomag Lumio.

Jak zostało wskazane wcześniej, Przedsiębiorca zapraszał konsumentów na organizowane spotkania przy wykorzystaniu ulotek, których treść wskazuje, że informacja o części handlowej i wykładowej spotkania stanowi jedynie marginalną część całego przekazu, została umieszczona na samym końcu ulotki i zapisana drobną czcionką.

Należy w tym miejscu raz jeszcze wyraźnie podkreślić, że zgodnie z danymi widniejącymi w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przedmiotem działalności Spółki od początku jej istnienia jest „pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami”, czyli poza lokalem przedsiębiorstwa. Ulotki rozpowszechniane wśród konsumentów mogą natomiast sugerować, że kluczowym elementem działalności Przedsiębiorcy, a przez to głównym celem organizowanych przez niego spotkań, są badania stanu zdrowia, a nie sprzedaż.

Jednocześnie z oświadczeń Przedsiębiorcy złożonych w toku postępowania wyjaśniającego wprost wynika, że nie organizuje on prezentacji prowadzonych przez osoby o wykształceniu medycznym, a prowadzone są one przez przedstawicieli handlowych Przedsiębiorcy. Uznać można zatem, że rzeczywistym celem prowadzonych przez Przedsiębiorcę spotkań dotyczących zdrowia jest zaprezentowanie konsumentom jego oferty.

Na handlowy cel jako główny cel spotkania wskazuje również treść niektórych e-maili pozyskanych od [usunięto] w toku postępowania wyjaśniającego, zaliczonych w poczet dowodów postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Dla przykładu:

- fragment e-maila Spółki z 22 listopada 2018 r.: „(...) *Miejsce w którym odbywają się badania ma bardzo duży wpływ na naszą efektywną pracę i sprzedaż (a po to tam jedziemy). Sprzedajemy nie tani produkt, dlatego aby potencjalny klient kupić musimy być w jego oczach profesjonalni od a do z. (...)*” (karta 230 akt adm.)

- fragment e-maila Spółki z 22 listopada 2018 r.: „(...) *I nacisk na pary małżeńskie (nawet jeśli małżonek jest młodszy/starszy) aby przychodzili razem , bo wtedy łatwiej podjąć im decyzję wspólnie ) (...)*”(karta 227 akt adm.)

- fragment e-maila Spółki z 08 kwietnia 2019 r. co do ustawienia krzesel na Sali „(...) *W załączeniu przesyła też ustawienie jakie potrzebujemy (...)*”(karta 242 akt adm.).

O stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej opisanej w pkt I sentencji decyzji świadczą również następujące fragmenty pism konsumentkich, zgromadzonych w toku postępowania wyjaśniającego, zaliczonych w poczet dowodów postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów:

- fragment pisma konsumenta do Spółki z dnia 28 stycznia 2019 r. będącego częścią korespondencji po odstąpieniu od umowy w związku z niezwracaniem wpłaconych przez niego środków: „(...) *O możliwości odbycia badań bezpłatnych dowiedziałam się z ulotki wrzuconej do skrzynki, gdzie informowano o bezpłatnych, bezpiecznych i bezinwazyjnych badaniach układu krążenia, kręgosłupa, układu oddechowego trawiennego, moczowo płciowego endokrynnego, immunologicznego. Telefonicznie uzgodniłem termin badań i godzinę dla dwóch osób. Nie było mowy o żadnych prezentacjach towarów i urządzeń, akcjach marketingowych. Nie planowaliśmy żadnych zakupów (...)*”(karta 159 akt adm.)



- fragment pisma konsumentki do Spółki z dnia 26 listopada 2018 r.: „ZWRACAM SIĘ Z PROŚBĄ O ODSTĄPIENIE UMOWY (...)JA DO WASZEJ FIRMY PRZYSZŁAM NA BADANIA, ALE NIE SPODZIEWAŁAM SIĘ, ŻE BĘDZIE PROMOCJA TAK DROGIEGO SPRZĘTU MAGNETOTERAPII (...)”(karta 122 akt adm.).

Zakwestionowane powyżej działania Przedsiębiorcy naruszają zbiorowe interesy konsumentów, a więc interesy konsumentów jako zbiorowości stanowiącej nieokreśloną i nieograniczoną grupę podmiotów, których nie da się zidentyfikować - wszystkich aktualnych i potencjalnych klientów Przedsiębiorcy. Stosowane ulotki - druki bezadresowe, dostarczane na zlecenie SMED do gospodarstw domowych nie są adresowane bowiem do konkretnego konsumenta, lecz do bliżej nieokreślonej grupy konsumentów, mogących być zainteresowanymi odbyciem bezpłatnych badań szeregu narządów, pod kątem wielu możliwych schorzeń.

W kontekście zgromadzonego materiału dowodowego należało uznać, że rzeczywistym celem organizowanych przez Przedsiębiorcę spotkań było zaprezentowanie konsumentom jego oferty. Z punktu widzenia niniejszej sprawy kluczowym jest to, że przyjęta przez Przedsiębiorcę forma kierowanych do konsumentów przekazów (o możliwości skorzystania z bezpłatnych badań szeregu układów człowieka) uniemożliwiła lub co najmniej znacznie utrudniała w praktyce zorientowanie się w rzeczywistym ich celu.

W ocenie Prezesa Urzędu, opisana praktyka mogła mieć wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące umowy - wzięcia udziału w organizowanych przez SMED spotkaniach oraz dokonania zakupu w ich trakcie. W okolicznościach niniejszej sprawy, tylko podanie przez Spółkę rzetelnej i pełnej informacji i to w czytelny sposób, o rzeczywistej przyczynie organizowania badań (tzn. badania jako wstęp do zakupu oferowanego urządzenia), pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi na podjęcie obiektywnej decyzji dotyczącej ewentualnego udziału w takiej prezentacji. Właściwe wydaje się bowiem twierdzenie, że konsument rzetelnie poinformowany o tym fakcie, mógłby zrezygnować z udziału w organizowanym spotkaniu i to właśnie z uwagi na jego głównie komercyjny charakter. Zaznaczyć przy tym należy, że o w pełni rzetelnej i niewprowadzającej w błąd informacji w okolicznościach niniejszej sprawy można byłoby mówić jedynie w przypadku, gdyby z ulotki wprost wynikało, że jego istotą jest pokaz handlowy (konsumentci zapraszani byłiby do udziału w pokazie handlowym, przy okazji którego wykonywane byłyby badania, a nie odwrotnie - zapraszani są na badania, a jedynie wzmiankowo, na samym końcu ulotki podana jest informacja, że w trakcie oczekiwania na wynik badań odbędzie się część wykładowa i handlowa).

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu uznał, że Spółka wprowadzała konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji dotyczących powodów organizacji i prowadzenia spotkań z konsumentami, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 5 ust. 1 upnpr, a tym samym godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

### **Zaniechanie ww. praktyki**

Spółka wskazała, że w 2020 r. nie zawarła umów z konsumentami. Ponadto, jak wynika z danych ujawnionych w KRS, od 13 maja 2020 r. Spółka zawiesiła wykonywanie działalności gospodarczej. Mając to na uwadze, w związku z treścią art. 25 ust. 1 Prawa przedsiębiorców, że w okresie zawieszenia wykonywania działalności gospodarczej przedsiębiorca nie może wykonywać działalności gospodarczej i osiągać bieżących przychodów z pozarolniczej działalności gospodarczej oraz w związku z brakiem sygnałów, że w okresie zawieszenia działalności gospodarczej Spółka podejmuje inne czynności niż określone w art. 25 ust. 2 Prawa przedsiębiorców (w tym w obrocie konsumenckim), Prezes Urzędu uznał, że zarzucana w pkt. I sentencji niniejszej decyzji praktyka została zaniechana z dniem 13 maja 2020 r.



W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

### 2.3.2. Praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji

Zgodnie z art. 27 upk 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 upk. Z kolei zgodnie z art. 35 ust. 1 upk, jeżeli konsument wykonuje prawo odstąpienia od umowy po zgłoszeniu żądania zgodnie z art. 15 ust. 3 tej ustawy, ma obowiązek zapłaty za świadczenia spełnione do chwili odstąpienia od umowy. Natomiast zgodnie z art. 15 ust. 3 upk, jeżeli na wyraźne żądanie konsumenta wykonywanie usługi (...) ma się rozpocząć przed upływem terminu do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca wymaga od konsumenta złożenia wyraźnego oświadczenia zawierającego takie żądanie na trwałym nośniku.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 upnr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zaś stosownie do art. 5 ust. 3 pkt 4 upnr w zw. z ust. 2 pkt 1 tego artykułu wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji dotyczących prawa konsumenta do odstąpienia od zawartej umowy (art. 5 ust. 3 pkt 4 upnr).

W kontekście wyżej wskazanych regulacji, w orzecznictwie wskazuje się, że przedsiębiorcy nie mogą udzielać mylnych informacji dotyczących przysługujących konsumentom praw, bądź manipulować konsumentami tak, aby działając w zaufaniu do profesjonalisty korzystali z przysługujących im na podstawie obowiązujących przepisów praw w sposób niekorzystny dla ich interesów, lecz korzystny dla profesjonalisty<sup>1</sup>.

Prezes Urzędu ustalił na podstawie treści wzorca umownego stosowanego przez Przedsiębiorcę oraz podpisywanych umów i sygnału dot. jednego z konsumentów, że Przedsiębiorca w sposób bezprawny stosował postanowienie przytoczone w pkt II sentencji decyzji, pozostający w sprzeczności z art. 27 ustawy o prawach konsumenta, jak i art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Przedsiębiorca na drugiej stronie umowy, w części o nazwie „POUCZENIE O PRAWIE DO ODSTĄPIENIA OD UMOWY”, w pkt 1 zawarł postanowienie o treści: „Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”.

Zastrzeżenia wzbudził fragment dotyczący odpłatności za tzw. usługę szkolenia i braku zwrotu kwoty w przypadku odstąpienia od umowy.

W odpowiedzi na skierowane do Spółki wezwanie mające na celu ustalenie, jakie szkolenia są przeprowadzane i na jakich warunkach, pismem datowanym na 20 kwietnia 2020 r. Spółka wskazała, że szkolenie dotyczy obsługi zakupionego urządzenia i są przeprowadzane dwa rodzaje szkoleń - podstawowe oraz zaawansowane. Wskazano, że każda osoba przechodzi bezpłatny podstawowy instruktaż; jeśli ktoś sobie życzy szkolenie zaawansowane, ma takie wykonane; wersja zaawansowana płatna jest 500 zł. Spółka

<sup>1</sup> Por. wyrok SN z dnia 08 maja 2014 r., III SK 45/13.



wskazała jednocześnie, że konsument o szkoleniu i ewentualnej odpłatności lub jej braku informowany jest przy składaniu oferty, przed zawarciem umowy, a w przypadku płatnego szkolenia winno być ono wyodrębnione w Przedmiocie Umowy (bezpłatne szkolenie nie jest wyodrębnione). Ponadto wskazano, że szkolenie wykonywane jest przez osobę umocowaną do zawierania umów, a w zawartych umowach nie figurują umowy z wyszczególnioną, odpłatną wersją szkolenia. Prezes Urzędu nie dał wiary tym wyjaśnieniom.

W zebranych w toku postępowania podpisanych umowach nie ma umowy, na której w Przedmiocie Umowy byłoby wyodrębnione 500 zł za zrealizowane szkolenie. Jednakże, z informacji od Powiatowego Rzecznika Konsumentów z Krosna Odrzańskiego, który udzielał konsumentowi pomocy w odzyskaniu 470 zł po odstąpieniu od umowy wynika, że Spółka odmówiła zwrotu wskazanej kwoty wyjaśniając, że usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi, zatem wpłata w wysokości 470 zł została zaksięgowana na poczet opłaty za szkolenie. Konsument wskazał przy tym, że nie wnioskował o przeprowadzenie szkolenia i nie został poinformowany, że kwota 470 zł będzie zaliczona na jego poczet. Ponadto z podpisanej umowy wynika, że kwota ta jest ujęta jako wpłata własna stanowiąca zapłatę części ceny za zakup urządzenia, nie wyodrębniono w umowie, że konsument odbył szkolenie odpłatne i że na wyraźne żądanie konsumenta wykonano je przed upływem terminu na odstąpienie od umowy. Prezes Urzędu uznał zatem, że Spółka celowo zawarła kwestionowane postanowienie we wzorcu umowy oraz w podpisywanych umowach mając świadomość, że jest to sprzeczne z przepisami prawa.

W ocenie Prezesa Urzędu, Spółka kwestionowaną praktyką naruszyła przede wszystkim art. 27 ustawy o prawach konsumenta.

W przedmiotowej sprawie, w ocenie Prezesa Urzędu, w odniesieniu do umów sprzedaży zawieranych z Przedsiębiorcą konsumentom przysługuje prawo do odstąpienia od zawartych umów na podstawie art. 27 upk bez ponoszenia kosztów za instruktaż dotyczący obsługi zakupionego urządzenia.

Jak wynika z ustalonego stanu faktycznego w ofercie Spółki znajdował się zestaw do terapii polem magnetycznym, który był sprzedawany na pokazach poza lokalem przedsiębiorstwa. Spółka wskazała, że każdemu konsumentowi udzielany był instruktaż z obsługi tego urządzenia. W ocenie Prezesa Urzędu, pomimo używanych w treści umowy sformułowań „usługa szkolenie”, należy na gruncie niniejszej sprawy uznać, że Przedsiębiorca de facto nie świadczył dodatkowej usługi w postaci szkolenia, lecz wyjaśniał zasady funkcjonowania sprzedawanego urządzenia. Rzeczywistym, zasadniczym celem umów zawieranych przez Przedsiębiorcę z konsumentami była bowiem sprzedaż urządzenia do magnetoterapii - świadczenie główne, a przeprowadzany instruktaż z obsługi urządzenia (nazwany przez Spółkę usługą szkolenia) mógł stanowić świadczenie uboczne, do którego realizacji Spółka i tak była zobowiązana z mocy prawa.

W tym miejscu należy wskazać, że zgodnie z art. 546<sup>1</sup> § 1 ustawy kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r. poz. 1740) jeżeli kupującym jest konsument, sprzedawca jest obowiązany udzielić mu przed zawarciem umowy jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania z rzeczy sprzedanej. Ponadto, zgodnie z § 5 tego artykułu sprzedawca jest obowiązany wydać kupującemu wraz z rzeczą sprzedaną wszystkie elementy jej wyposażenia oraz sporządzone w języku polskim instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy. Wobec powyższego należy uznać, że Przedsiębiorca był zobowiązany nieodpłatnie udzielić konsumentowi zrozumiałych informacji i instrukcji, które pozwoliłyby konsumentowi na prawidłowe użytkowanie zakupionego urządzenia. Natomiast zastrzeżenie umowne pobierania kwoty 500 zł za usługę szkolenia w przypadku odstąpienia od umowy jest w kontekście art. 27 upk bezprawne.

Zgodnie z przepisami, instrukcja obsługi urządzenia powinna być elementem umowy





sprzedaży. W konsekwencji konsument zawierający z Przedsiębiorcą umowę poza lokalem przedsiębiorstwa mógł odstąpić od umowy bez ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z przeszkoleniem go z obsługi urządzenia, które nabył. Przekazywana przez Przedsiębiorcę informacja była zatem obiektywnie nieprawdziwa.

Ponadto, w kontekście wyżej wskazanych okoliczności, należy uznać, że Spółka swoim działaniem polegającym na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji, że w przypadku odstąpienia od umowy tzw. usługa szkolenia została wykonana i kwota 500 zł nie podlega zwrotowi, mogła wprowadzać konsumentów w błąd co do prawa do odstąpienia od umowy. Jak już wskazano wyżej, w przedmiotowej sprawie nie ma podstaw do przyjęcia, że Przedsiębiorca świadczył wobec konsumentów odrębną usługę szkolenia. Ponadto brak dowodów na to by uznać, że usługa taka była wykonywana za wyraźną zgodą czy na żądanie konsumenta. Co więcej, informacja od konsumenta [usunięto] wskazująca, że nie wnioskował on o przeprowadzenie szkolenia i nie został poinformowany, że wpłacona przez niego kwota 470 zł zostanie zaliczona na jego poczet jest dowodem świadczącym o stosowaniu powyższego postanowienia w praktyce.

W ocenie Prezesa Urzędu opisana praktyka mogła w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie kontraktowania i po zawarciu umowy. Konsument w momencie zawarcia umowy mógł nie być w pełni świadomy, że Przedsiębiorca ma obowiązek nieodpłatnego udzielenia pełnych informacji, które pozwolą mu prawidłowo użytkować zakupiony sprzęt. Przedsiębiorca natomiast przekazywał w treści umowy nieprawdziwe informacje, że konsumenci będą zobowiązani do zapłaty kwoty 500 zł za „szkolenie” w przypadku skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy. To mogło również wpływać na decyzję konsumentów, żeby nie korzystać z prawa odstąpienia od umowy. Nie ulega bowiem wątpliwości, że przekazywanie konsumentom nieprawdziwych, wprowadzających w błąd informacji na etapie zawierania umowy (w tym przypadku stosowania w obrocie konsumenckim postanowienia umownego co do konieczności poniesienia opłaty za usługę szkolenia będącą de facto integralną częścią umowy głównej - umowy sprzedaży) może powodować ograniczenie swobody decyzji konsumenta co do skorzystania z przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w konsekwencji doprowadzając lub mogąc doprowadzić do rezygnacji ze skorzystania z tego prawa lub co najmniej rezygnacji z wpłaconych zaliczek.

W tym stanie rzeczy uznano, że Spółka posługując się cytowanym wyżej postanowieniem naruszała art. 27 upk oraz stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 upnpr.

#### **Uzasadnienie nieuznania niniejszej praktyki za zaniechaną**

Spółka wskazała, że w 2020 r. nie zawarła umów z konsumentami. Ponadto, jak wynika z danych ujawnionych w KRS, od 13 maja 2020 r. Spółka zawiesiła wykonywanie działalności gospodarczej. Jednakże, w związku z tym, że brak jest oświadczenia Spółki o definitywnym zaniechaniu prowadzenia działalności gospodarczej i zmianie kwestionowanego postanowienia umownego, a przede wszystkim ze względu na mogące trwać zawarte wcześniej umowy z konsumentami, brak jest podstaw do przyjęcia zaniechania stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt. II sentencji niniejszej decyzji.

Mając powyższe na uwadze, orzeczono jak w punkcie II sentencji decyzji.

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

Zgodnie z art. 26 ust. 2 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 Przedsiębiorcę obowiązku skierowania listem poleconym lub doręczenia bezpośrednio - w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - każdemu konsumentowi, który skorzystał z ustawowego uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, a od którego pobrano 500 zł z tytułu usługi szkolenia lub któremu nie zwrócono wpłaconej wcześniej kwoty z powodu zaliczenia jej na poczet usługi szkolenia, którą uznano za wykonaną i nie podlegającą zwrotowi, w sposób czytelny i zrozumiały, pisemnej informacji o treści:

*„W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 30 grudnia 2020 r. nr RŁO 12/2020 SMED Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy informuje, że stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na zamieszczaniu w umowach zawieranych z konsumentami postanowienia o treści:*

*„Zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r., poz. 827 z późn.zm.) Kupujący będący Konsumentem ma prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży bez podania przyczyn, w terminie 14 dni od dnia, w którym wszedł w posiadanie towaru lub, w którym osoba trzecia inna niż przewoźnik i wskazana przez konsumenta weszła w posiadanie towaru. Do zachowania terminu wystarczy wysłanie pisemnego oświadczenia na adres (...) przed upływem terminu. Konsument może odstąpić tylko od zakupu urządzenia do magnetoterapii. Usługa szkolenie w kwocie 500 zł jest uznana za wykonaną i nie podlega zwrotowi”, co z naruszeniem art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta ogranicza prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa bez ponoszenia kosztów i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.*

Pełna treść decyzji nr RŁO 12/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).

*Jednocześnie uprzejmie informuję, że w związku z pobraniem kwoty [w tym miejscu należy uzupełnić kwotę pobraną na poczet usługi szkolenia i niezwróconą danemu konsumentowi] złotych z tytułu wykonanej usługi szkolenia, istnieje możliwość złożenia reklamacji wraz z podaniem numeru rachunku. Reklamację należy przesać pocztą na adres: [w tym miejscu należy uzupełnić adres] lub drogą mailową na adres: [w tym miejscu należy uzupełnić adres mailowy]”.*

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 zakwestionowanej w pkt. II sentencji decyzji praktyki Przedsiębiorcy. Posiadając taką wiedzę, będą oni mogli podjąć decyzję, co do ewentualnego dochodzenia swoich indywidualnych roszczeń. Ponadto, w przypadku uprawomocnienia się decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

Jednocześnie, aby zapewnić skuteczność wywiązania się z obowiązku usunięcia przez Spółkę trwających skutków naruszenia opisanego w pkt II sentencji decyzji, niezbędne jest to, aby konsumenci, którzy zostali objęci ww. praktyką, mogli się o takim obowiązku przedsiębiorcy dowiedzieć i wystąpić do niego z odpowiednim wnioskiem (reklamacją) o zwrot niesłusznie pobranych kwot. Zatem konieczne jest skierowanie do konsumentów jasnego i zrozumiałego komunikatu, który wskaże im przedmiot rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu oraz wynikające z jego uprawomocnienia się skutki dla tej grupy uczestników rynku. Zastosowanie tego środka ma za zadanie usunięcie skutków stosowania przez Spółkę praktyki, która negatywnie odbiła się na konsumentach, na drodze usunięcia naruszenia w warstwie informacyjnej poprzez zapewnienie wiedzy co do tego, jak powinno wyglądać zachowanie Przedsiębiorcy zgodne z prawem oraz poinformowanie indywidualnych konsumentów o skutkach decyzji, co może się przełożyć na podjęcie przez nich odpowiednich działań na drodze reklamacyjnej lub sądowej w celu odzyskania nienależnie



zatrzymanych przez Spółkę kwot.

Ponadto, z uwagi na konieczność wyeliminowania wskazanych wyżej trwających skutków praktyki, Prezes Urzędu nakazał Przedsiębiorcy zwrot kwoty zatrzymanej z tytułu usługi szkolenia - każdemu konsumentowi, który skorzystał z ustawowego uprawnienia do odstąpienia od umowy sprzedaży, a od którego pobrano 500 zł z tytułu usługi szkolenia lub któremu nie zwrócono wpłaconej wcześniej kwoty z powodu zaliczenia jej na poczet usługi szkolenia, którą uznano za wykonaną i nie podlegającą zwrotowi, w zakresie określonym w sentencji niniejszej decyzji terminie.

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

#### 4. Kara pieniężna (pkt IV sentencji decyzji)

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

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

Z pisma Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Bydgoszczy z dnia 26 października 2020 r. znak: [usunięto] wynika, że w 2019 r. Przedsiębiorca za rok 2019 wykazał przychód w wysokości [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2019 r., tj. 4,2585 zł, stanowi po zaokrągleniu [usunięto] euro (stosownie do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). [usunięto]

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

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

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie

przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

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

W tym miejscu należy wskazać, że na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego Prezes Urzędu uznał, że obie z zarzuconych praktyk miały charakter umyślny.

Odnosnie praktyki opisanej w pkt I sentencji decyzji, zgromadzone dowody wskazują, iż działania Przedsiębiorcy w tym zakresie były prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy. Rozsyłane ulotki w swym przekazie wskazywały na możliwość skorzystania z bezpłatnych badań, co miało na celu zgromadzić na spotkaniach jak największą liczbę osób, które po wykonanych pomiarach miały być zachęcane do nabycia oferowanego produktu. Nie sposób twierdzić, że działania Przedsiębiorcy w tym zakresie miały charakter tylko nieumyślny. Zwrócić należy uwagę, że Przedsiębiorca umawiając miejsca spotkań podkreślał w kontaktach z podmiotem współpracującym, jak mają być ustawione sale i co jest celem spotkania (np. *„Miejsce w którym odbywają się badania ma bardzo duży wpływ na naszą efektywną pracę i sprzedaż (a po to tam jedziemy). Sprzedajemy nie tani produkt (...)”*). Same ulotki rozpowszechniane wśród konsumentów mogły natomiast sugerować, że kluczowym elementem działalności Przedsiębiorcy, a przez to głównym celem organizowanych przez niego spotkań, są badania stanu zdrowia, a nie sprzedaż.

Co istotne, Przedsiębiorca nie prowadzi działalności gospodarczej o profilu medycznym (zgodnie z danymi widniejącymi w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przedmiotem działalności Spółki od początku jej istnienia jest „pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami”, czyli poza lokalem przedsiębiorstwa), nie organizuje i nie prowadzi prezentacji przy pomocy osób o wykształceniu medycznym, spotkania oraz tzw. badania przeprowadzane są przez przedstawicieli handlowych Przedsiębiorcy.

Uznać należy zatem, że Spółka świadomie i celowo posługiwała się nieprawdziwymi informacjami wskazującymi, że spotkanie dotyczy przeprowadzanych badań, podczas gdy faktycznie celem jej była sprzedaż urządzenia Biomag Lumio jak największej liczbie konsumentów.

W związku z tym w ocenie Prezesa Urzędu praktyka ta była przemyślana, nakierowana na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów i uzyskania jak największego poziomu sprzedaży i zysków. Nie jest przy tym możliwe, aby Przedsiębiorca nie zdawał sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań.

W ocenie Prezesa Urzędu praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji również miała charakter umyślny. W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Spółka we wzorcu umowy oraz w podpisywanych umowach posługiwała się postanowieniem dającym



możliwość odstąpienia od zawartej umowy, jednakże z zastrzeżeniem poniesienia kosztu płatnej usługi szkolenia w wysokości 500 zł. Takim działaniem konsumenci byli albo co najmniej mogli być wprowadzani w błąd co do uprawnień związanych z odstąpieniem od umowy, co bezpośrednio mogło mieć wpływ na ich decyzję dotyczącą umowy właśnie w zakresie skorzystania z prawa do odstąpienia od niej bez ponoszenia kosztów odbytego instruktażu, który ciąży na Przedsiębiorcy z mocy prawa.

Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowana praktyka Przedsiębiorcy również była przemyślana, nakierowana na odwiecenie konsumentów od odstąpienia od umowy bez ponoszenia kosztów lub z ryzykiem zapłaty za rzekomo płatną usługę szkolenia, której to de facto Spółka nie wykonywała. O umyślności świadczy też stosowanie tego postanowienia w praktyce, czego dowodem jest sprawa konsumenta [usunięto], opisywana we wcześniejszej części uzasadnienia. Nie jest zatem możliwe, aby Przedsiębiorca nie zdawał sobie sprawy z konsekwencji stosowania przytoczonego w pkt II sentencji decyzji postanowienia umownego.

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

#### 4.1. Punkt IV.1 sentencji decyzji

Przypisana Przedsiębiorcy w pkt I sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na przekazywaniu konsumentom w kierowanych do nich ulotkach nieprawdziwych informacji co do głównego przedmiotu organizowanych spotkań. Praktyka ta ujawnia się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie Przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do udziału w organizowanym przez Przedsiębiorcę spotkaniu.

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

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

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia okoliczność, że klientami Przedsiębiorcy są głównie osoby z dolegliwościami zdrowotnymi, szczególnie podatne na niedozwolone praktyki sugerujące zły stan zdrowia, który może zostać poprawiony jedynie w wyniku skorzystania z oferowanego do sprzedaży zakupu urządzenia Biomag Lumio.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Przedsiębiorcę. Na podstawie umowy o współpracy Spółki z [usunięto] uznać należy, że zakwestionowana praktyka stosowana była przez Spółkę co najmniej od 7





maja 2018 r. do 27 czerwca 2019 r., a zatem miała charakter długotrwały.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2019 r., tj. [usunięto] zł.

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

Prezes Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, jako okoliczność łagodzącą uznał zaniechanie praktyki przed wszczęciem postępowania, natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadziła działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki był bardzo duży.

W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają łączne podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] (tj. zmniejszenie kwoty bazowej o [usunięto] w związku z zaniechaniem stosowania zarzuconej praktyki oraz zwiększenie kwoty bazowej o [usunięto] w związku z umyślnością i o [usunięto] w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym). Uwzględniając wszystkie powyższe okoliczności zaistniałe w sprawie, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto], do kwoty 42 779 zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 42 779 zł (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemset siedemdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2019 r. oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

#### 4.2. Punkt IV.2 sentencji

Praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji ujawniała się na etapie przedkontraktowym oraz na etapie wykonania umowy.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że praktyka Spółki mogła godzić w interesy ekonomiczne konsumentów. Konsumentci bowiem widząc taki zapis niejednokrotnie mogli godzić się na odstąpienie od umowy za zapłatą swoistej kary umownej zapisanej w umowie jako usługa szkolenia lub nie odstępować od umowy w ogóle i płacić za urządzenie, którego gdyby nie bezprawna praktyka Przedsiębiorcy, nie nabyliby lub zrezygnowaliby z zakupu.

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia również okoliczność, że klientami Przedsiębiorcy były głównie osoby z dolegliwościami zdrowotnymi, szczególnie podatni na działania dotyczące spraw związanych z ich stanem zdrowia.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Przedsiębiorcę. Wzorzec umowy zawierający kwestionowane postanowienie stosowany był, jak wskazała sama Spółka, „raczej od początku działalności”, a umowy na podstawie tego wzorca zawierane były co najmniej do listopada 2019 r. Tym samym uznano, że zakwestionowana praktyka miała charakter długotrwały.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, godząca w ekonomiczne interesy konsumentów przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2019 r., tj. [usunięto] zł.

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

Prezes Urzędu nie dopatrył się w odniesieniu do tej praktyki okoliczności łagodzących,





natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny (Spółka prowadziła działalność na terenie całego kraju). W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają łączne podwyższenie kwoty bazowej kary o [usunięto] (tj. zwiększenie kwoty bazowej o [usunięto] w związku z umyślnością i o [usunięto] w związku ze znacznym zasięgiem terytorialnym). Uwzględniając wszystkie powyższe okoliczności zaistniałe w sprawie, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [usunięto], do kwoty 45 631,00 zł po zaokrągleniu.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości **45 631 zł (słownie: czterdzieści pięć tysięcy sześćset trzydzieści jeden złotych)**, co stanowi [usunięto] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2019 r. oraz [usunięto] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt. IV sentencji decyzji.

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

## **5. Koszty postępowania (pkt V sentencji decyzji)**

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

Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w sentencji niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu w toku postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania **kosztami postępowania w wysokości 45,80 zł (słownie: czterdzieści pięć złotych osiemdziesiąt groszy)**.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt V sentencji decyzji.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010



1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

## 6. Pouczenie

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2020r., poz. 1575, 1578 i 2070 i 956, dalej: Kodeks postępowania cywilnego) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479<sup>32</sup> §1 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 - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r., poz. 755, 807, 288, 956 i 2186 - dalej: ustawa o kosztach sądowych w sprawach cywilnych), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Ust. 2 ww. art. stanowi zaś, że spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd.1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.



Z upoważnienia  
Prezesa  
Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów  
[usunięto]

