



DDK-61-15/15/EJ

Warszawa, dn. 6 lipca 2017 r.

wersja jawna - informacje prawnie chronione oznaczono [\*\*\*]

### DECYZJA nr DOIK 2/2017

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegające na:**
1. wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umów o świadczenie usług medycznych, co do prawa odstąpienia od umowy poprzez nakłanianie konsumentów do składania lub przyjmowanie od konsumentów jednostronnych, pisemnych oświadczeń woli o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy, wbrew uregulowaniom z art. 17 w zw. z art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r., poz. 1225),  
co naruszało art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.);
  2. odmawianiu konsumentom przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w przypadku zawarcia poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych, realizacji prawa odstąpienia od umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu

zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przez Przedsiębiorcę przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy,

co naruszało art. 2 ust. 1 i ust. 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.);

**i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 25 grudnia 2014 r.**

II. Na podstawie art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, działania Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegające na:**

1. wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowami o świadczenie usług medycznych, co do cech świadczonej usługi poprzez stosowanie we wzorcach umów świadczenia usług w ramach Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA i w dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych postanowień sugerujących, jakoby Spółka samodzielnie realizowała w należących do niej przychodniach lub placówkach medycznych świadczenia zdrowotne oferowane przez Spółkę w ramach zawieranych z konsumentami umów świadczenia usług medycznych, podczas gdy w rzeczywistości Spółka nie prowadzi własnych przychodni lub placówek, a świadczenia te realizowane są wyłącznie przez podmioty współpracujące ze Spółką na podstawie umów o udzielanie świadczeń medycznych,

co narusza art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.);

2. wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez niezgodne z prawdą informowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania organizowane przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w trakcie których istnieje możliwość wykonania bezpłatnych badań lub zabiegów leczniczych/rehabilitacyjnych, o obecności podczas tych spotkań osoby należącej do personelu medycznego (tj. pielęgniarki), podczas gdy w rzeczywistości w spotkaniach biorą udział wyłącznie specjaliści do spraw sprzedaży,

co narusza art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art.

24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.);

**i nakazuje zaniechanie ich stosowania.**

- III. Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów praktyki stwierdzonej w punkcie I.2 niniejszej decyzji w postaci:
1. obowiązku uwzględnienia - w terminie 3 (trzech) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - każdego oświadczenia o odstąpieniu od umowy o świadczenie usług medycznych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa z Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. złożonego w terminie określonym w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny przez konsumenta, któremu Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. nie uwzględniła prawa odstąpienia od umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy i który na dzień uprawomocnienia się decyzji będzie stroną tej umowy, po uprzednim zgłoszeniu przez konsumenta stosownego żądania względem Spółki;
  2. obowiązku zwrócenia - w terminie 3 (trzech) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - całości należności uiszczonych przez konsumenta na rzecz Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. w związku z zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa umową o świadczenie usług medycznych, każdemu konsumentowi, któremu Spółka odmówiła realizacji prawa odstąpienia od przedmiotowej umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy i który na dzień uprawomocnienia się niniejszej decyzji nie będzie stroną tej umowy, po uprzednim zgłoszeniu przez konsumenta stosownego żądania względem Spółki;
  3. obowiązku poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt III.1 i III.2 niniejszej decyzji, o przysługujących im uprawnieniach poprzez:
    - a) skierowanie - w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do konsumentów sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o przysługujących im uprawnieniach określonych w pkt III.1 i III.2 niniejszej decyzji oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w tym o konieczności wskazania przez konsumenta sposobu realizacji zwrotu przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. (przelewem bankowym lub przekazem pocztowym) kwot wynikających z rozliczenia dokonanego w związku z odstąpieniem przez konsumenta od umowy o świadczenie usług medycznych; przy czym czas na dokonanie przez konsumenta tych czynności nie może być krótszy niż 1 (jeden) miesiąc od dnia doręczenia konsumentowi pisemnej informacji;

b) publikację na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl)) w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, informacji o przysługujących wymienionej grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

IV. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów praktyki stwierdzonej w punkcie II.1 sentencji niniejszej decyzji w postaci:

1. obowiązku wypłaty - w terminie 3 (trzech) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - kwoty 300 zł (słownie: trzysta złotych) każdemu konsumentowi, który po zawarciu z Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych, nie później jednak niż do dnia wydania niniejszej decyzji, złożył do tego przedsiębiorcy skargę<sup>1</sup> dotyczącą praktyki opisanej w pkt. II.1 sentencji decyzji, po uprzednim zgłoszeniu przez konsumentów stosownego żądania względem Spółki;
2. obowiązku poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt IV.1 niniejszej decyzji, o przysługujących im uprawnieniach poprzez:
  - a) skierowanie - w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do konsumentów sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o przysługujących im uprawnieniach określonych w pkt. IV.1 niniejszej decyzji oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w tym o konieczności wskazania przez konsumenta sposobu realizacji wypłaty przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. (przelewem bankowym lub przekazem pocztowym) wskazanej kwoty; przy czym czas na dokonanie przez konsumenta tych czynności nie może być krótszy niż 1 (jeden) miesiąc od dnia doręczenia konsumentowi pisemnej informacji;
  - b) publikację na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl)) w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, informacji o przysługujących wymienionej grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi

---

<sup>1</sup> Pod pojęciem skargi należy rozumieć:

1. wszelkie pisma konsumentów skierowane do Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o.,
2. pisma organów posiadających kompetencje do występowania w imieniu konsumenta, np. miejskich (powiatowych) rzeczników konsumentów, organizacji konsumenckich, występujących do Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. w interesie konsumentów,
3. skargi konsumentów znajdujące się w aktach prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowania o sygn. DDK-61-15/15.

dokonać konsument w celu ich realizacji, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

- V. Na podstawie art. 26 ust. 2 oraz art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów praktyk stwierdzonych w punkcie I i II niniejszej decyzji w postaci:
- obowiązku publikacji wersji jawnej niniejszej decyzji w całości, na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na oficjalnej stronie internetowej tego przedsiębiorcy tj. obecnie [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl), w ciągu 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 miesięcy (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.
- VI. Na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r., poz. 23 z późn. zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciąża się Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 89,90 złotych (słownie: osiemdziesiąt dziewięć złotych dziewięćdziesiąt groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

Postanowieniem z dnia 31 lipca 2014 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako Prezes Urzędu) wszczął z urzędu - w związku z wpływającymi do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako Urząd) skargami konsumentów - postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z oferowaniem konsumentom przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej również Medforlife Opieka Abonamentowa, Przedsiębiorca lub Spółka) świadczenia usług w ramach pakietu opieki zdrowotnej, doszło do naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r. poz. 184 ze zm.; dalej jako ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów lub uokik) uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

Ustalenia dokonane w toku postępowania wyjaśniającego oraz zgromadzony w sprawie materiał dowodowy uzasadniały wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z czym w dniu 30 grudnia 2015 r. Prezes Urzędu postanowił o wszczęciu wobec Medforlife Opieka Abonamentowa postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa przez Medforlife Opieka Abonamentowa umów o świadczenie usług medycznych, co do prawa odstąpienia od umowy poprzez nakłanianie konsumentów do składania lub przyjmowanie od konsumentów jednostronnych, pisemnych oświadczeń woli o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy, wbrew uregulowaniom z art. 17 w zw. z art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), co mogło naruszać art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.);
2. odmawianiu konsumentom przez Medforlife Opieka Abonamentowa, w przypadku zawarcia poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych, realizacji prawa odstąpienia od umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przez Przedsiębiorcę przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy, co mogło naruszać art. 2 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r., poz. 1225) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.);
3. wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa przez Medforlife Opieka Abonamentowa umowami o świadczenie usług medycznych, co do cech świadczonej usługi poprzez stosowanie we wzorcach umów świadczenia usług w ramach Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA i w dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych postanowień sugerujących jakoby Spółka samodzielnie realizowała w należących do niej przychodniach lub placówkach medycznych świadczenia zdrowotne oferowane przez Spółkę w ramach zawieranych z konsumentami umów świadczenia usług medycznych, podczas gdy w rzeczywistości Spółka nie prowadzi własnych przychodni lub placówek, a świadczenia te realizowane są wyłącznie przez podmioty współpracujące ze Spółką na podstawie umów o udzielanie świadczeń medycznych, co mogło naruszać art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia

16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.);

4. wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez niezgodne z prawdą informowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania organizowane przez Medforlife Opieka Abonamentowa, w trakcie których istnieje możliwość wykonania bezpłatnych badań lub zabiegów leczniczych/rehabilitacyjnych, o obecności podczas tych spotkań osoby należącej do personelu medycznego (tj. pielęgniarki), podczas gdy w rzeczywistości w spotkaniach biorą udział wyłącznie specjaliści do spraw sprzedaży, co mogło naruszać art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.).

Postanowieniem z dnia 30 grudnia 2015 r. (k. 988) Prezes Urzędu włączył do materiału dowodowego określone dokumenty i materiały zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego.

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy, Prezes Urzędu wzywał Medforlife Opieka Abonamentowa do przekazania żądanych informacji i dokumentów, w pismach z dnia: 13 sierpnia 2014 r., 9 października 2014 r., 15 grudnia 2014 r., 24 czerwca 2015 r., 23 września 2015 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-37/14/MBM/EJ), 30 grudnia 2015 r. oraz 31 maja 2016 r. (przedmiotowe postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów).

W toku prowadzonego postępowania wyjaśniającego o sygn. akt DDK-405-37/14/MBM/EJ Spółka przekazała żądane informacje i dokumenty w pismach z dnia: 30 sierpnia 2014 r. wraz z załącznikiem, 7 listopada 2014 r. wraz z załącznikami, 31 grudnia 2014 r. wraz z załącznikami, 17 sierpnia 2015 r. oraz 1 października 2015 r.

Pismem z dnia 9 października 2014 r. Prezes Urzędu wezwał Przedsiębiorcę m.in. do wskazania, w ilu przypadkach Spółka odmówiła konsumentom realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy oraz wyjaśnienia najczęściej podawanych przez Spółkę powodów odmowy konsumentom realizacji uprawnienia do odstąpienia od umowy. (k.16)

W piśmie z dnia 7 listopada 2014 r. stanowiącym odpowiedź na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 9 października 2014 r. Przedsiębiorca wyjaśnił, że: *Spółka nie odmawiała Konsumentom uprawnienia do odstąpienia od umowy. Wyraźny zapis o przysługującym Konsumentowi prawie do odstąpienia od umowy znajduje się w umowie zawieranej przez Konsumenta. Wystąpiły przypadki wyrażania przez Konsumentów w formie pisemnej i ustnej żądania natychmiastowej możliwości korzystania ze świadczeń zdrowotnych oraz w związku z tym składania przez Konsumentów oświadczeń, że nie chcą mieć możliwości korzystania z uprawnienia do odstąpienia od umowy. W takiej sytuacji przedstawiciel Spółki zawsze wymagał od Konsumentów potwierdzenia złożenia takiego oświadczenia własnoręcznie i spontanicznie, najlepiej na samym druku formularza oświadczenia o odstąpieniu od umowy - tak aby była pewność, że Konsument wiedział o przysługującym mu uprawnieniu i ze względu na własny interes z tego uprawnienia zrezygnował. Przepis art. 17 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U.2012.1225 j.t.). stanowiący, że nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art. 1-16e dotyczy sytuacji, w których mamy do czynienia z*

umową. Zgodnie z definicją Aleksandra Woltera należy przyjąć, że umowa jest czynnością prawną, za którą uznaje się stan faktyczny (musi on być w całości zrealizowany, aby czynność prawna wywoływała zamierzone skutki prawne), w skład którego wchodzi co najmniej dwa oświadczenia woli (konieczny element). (...) Jednocześnie wspomniana Ustawa w żaden sposób nie zakazuje konsumentowi jednostronnej możliwości zrzeczenia się praw przyznanych w Ustawie, zwłaszcza jeśli zrzeczenie się tych praw nastąpiło z inicjatywy oraz w interesie samego konsumenta, za pomocą oświadczenia woli, do którego doszło już po zawarciu umowy. Co więcej sama Ustawa dopuszcza w przypadku umowy zawieranej na odległość możliwość rezygnacji z prawa do odstąpienia, jeżeli świadczenie usług rozpoczęto za zgodą konsumenta przed upływem terminu 10-dniowego. Jak widać ustawodawca dopuszczając możliwość rezygnacji z prawa do odstąpienia od umowy zawieranej na odległość oraz nie zakazując jednocześnie możliwości składania jednostronnych oświadczeń woli przez konsumentów o zrzeczeniu się prawa do odstąpienia, dał tym samym pewną dowolność w kreacji niektórych korzystnych dla konsumentów stosunków w relacji pomiędzy konsumentami a przedsiębiorcami. (k.21v-22)

Pismem z dnia 17 sierpnia 2015 r. Spółka, odnosząc się do stanowiska Prezesa Urzędu wyrażonego w piśmie z dnia 24 czerwca 2015 r. (k.956-959) kwestionującego stosowane przez Medforlife Opieka Abonamentowa praktyki polegające na przyjmowaniu od konsumentów oświadczeń o rezygnacji z prawa do odstąpienia od umowy o świadczenie usług medycznych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz odmawianiu konsumentom realizacji prawa odstąpienia od umowy z uwagi na złożenie przedmiotowego oświadczenia, podtrzymała swoje stanowisko jednocześnie wskazując, że zgodnie z art. 17 Ustawy: [ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny - przyp. aut.] „nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w art.1-16e”. W tym przypadku ustawodawca wyraźnie wskazał szczególną formę pisemną czyli „umowę”, za pomocą której nie można tych praw wyłączyć lub ograniczyć. Dyspozycja tego przepisu nie ma zatem zastosowania do składanych jednostronnie przez konsumentów „oświadczeń”. Podkreślić trzeba, że ustawodawca wyraźnie dopuszczał składanie przez konsumentów jednostronnych oświadczeń woli i pozostawił samym konsumentom wolną wolę co do możliwości skorzystania przez nich z przyznanych im uprawnień. Gdyby kwestię tą chciał uregulować inaczej tj. ograniczając możliwość rezygnacji z tego prawa zrobiłby to tak jak nastąpiło to na gruncie ustawy z dnia 30 maja o prawach konsumenta (Dz.U. z dnia 24 czerwca 2014 r.), która w art. 7. stanowi że: „Konsument nie może zrzec się praw przyznanych mu w ustawie. Postanowienia umów mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy ustawy”. Ustawodawca nie zakazał jednak konsumentom dysponowania ich uprawnieniami zatem było to w pełni dozwolone i skuteczne. Jednocześnie Spółka zaprzeczyła jakoby sama z własnej inicjatywy informowała konsumentów, iż możliwe jest natychmiastowe skorzystanie ze świadczeń oferowanych przez Spółkę na podstawie Umowy, przed upływem 10 dni od jej zawarcia, po uprzednim zrzeczeniu się w drodze stosownego oświadczenia prawa odstąpienia od umowy. To konsumenci zainteresowani jak najszybszym skorzystaniem ze świadczeń pytali się w trakcie spotkań o taką możliwość. Następnie konsumenci przekazywali sobie treść oświadczeń, stąd też złożone przez nich oświadczenia mogą być podobnej treści. Poza tym ze względu na to, że oświadczenia są bardzo krótkie i dotyczą w każdym przypadku takiej samej sytuacji tj. zrzeczenia się prawa odstąpienia od umowy ze względu na natychmiastowe skorzystanie ze świadczeń ich treść siłą rzeczy musi być podobna. Z całą pewnością nie świadczy to natomiast o tym, że treść ta była dyktowana przez przedstawicieli. (...) Spółka zaprzecza jako dyktowała konsumentom treść



*tych oświadczeń. To konsumenci z własnej woli wyrazili zainteresowanie napisaniem tego typu oświadczenia. Ponadto byli świadomi treści składanych oświadczeń, o czym świadczy fakt składania ich na drugiej stronie formularza odstąpienia od umowy. Konsumenci nie byli wprowadzani w błąd o czym świadczy treść oświadczeń, z których jasno wynika, że byli świadomi konsekwencji oraz korzyści, które niesie ze sobą oświadczenie, w których wykorzystywali m.in. następujące sformułowania ... wyrażam zgodę...; zrzekam się prawa do.... Ponadto Spółka nie odmawiała konsumentom realizacji przysługującego im, zgodnie z art. 2 ust. 1 Ustawy [ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny - przyp. aut.], prawa do odstąpienia od umowy, chyba że konsumenci Ci zrzekli się z własnej inicjatywy w drodze jednostronnych oświadczeń, przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy. W związku z powyższym Spółka nie miała podstawy prawnej do uznania tego typu odstąpień.*

*W przedmiotowym piśmie Przedsiębiorca wskazał ponadto, że Spółka każdorazowo informowała konsumentów że rzeczywisty czas realizacji pierwszych świadczeń jest uzależniony od zapłaty ceny za wybrany pakiet, następnie od miejsca zamieszkania danego konsumenta, rodzaju wybranego świadczenia, dostępności lekarza danej specjalizacji oraz od czynności administracyjnych leżących po stronie Spółki (...) rzeczywisty czas umówienia konsumenta mógł zatem wynosić ok. 10 dni. Ponadto konsument doskonale wiedział o przysługującym mu uprawnieniu i świadomie ze względu na własny interes z tego uprawnienia rezygnował, aby móc skorzystać ze świadczenia już następnego dnia. W takiej sytuacji, gdy zabezpieczony został już interes Spółki, Spółka bez zbędnej zwłoki umożliwiała konsumentowi skorzystanie ze świadczeń medycznych, godząc się jednocześnie na wyższą cenę, którą będzie musiał zapłacić za natychmiastowe świadczenie oraz przyspieszenie czynności administracyjnych. W trakcie działalności Spółki zdarzały się sytuacje, kiedy konsumenci korzystali z szeregu kosztownych świadczeń medycznych tuż po podpisaniu umowy, po czym odstępowali od umowy przed upływem 10 dni od jej zawarcia. Zgodnie z przepisami Ustawy w takiej sytuacji, strony powinny zwrócić sobie to co świadczyły w ciągu 14 dni, jednak często zdarzało się, że Spółka miała ogromne problemy z wyegzekwowaniem należności za usługi medyczne, które w tym czasie zdążyła już świadczyć na rzecz konsumentów. (k.964v-966)*

Przedsiębiorca nie podjął w terminie wynikającym z art. 44 § 1- § 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r., poz. 23 z późn. zm., dalej jako kpa) w zw. z art. 83 uokik przesłytek zawierających postanowienie z dnia 30 grudnia 2015 r. i zawiadomienie z dnia 30 grudnia 2015 r. o wszczęciu wobec niego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz postanowienie z dnia 30 grudnia 2015 r. o zaliczeniu w poczet dowodów we wszczętym postępowaniu w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów materiału dowodowego zebranego w trakcie postępowania wyjaśniającego (sygn. akt DDK-405-37/14/MBM/EJ), wystanych zarówno na adres siedziby Spółki wskazany w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, jak i na adres wskazany przez Spółkę w postępowaniu wyjaśniającym (sygn. akt DDK-405-37/14/MBM/EJ) jako korespondencyjny. (k. 990, k. 1435) Mając na uwadze treść art. 44 § 4 kpa w zw. z art. 83 uokik Prezes Urzędu uznał doręczenie powyższych pism za dokonane i pozostawił je w aktach sprawy.

Pismem z dnia 31 maja 2016 r. Prezes Urzędu wezwał Przedsiębiorcę do przekazania informacji o osiągniętym przez niego obrocie za ostatni rok obrotowy wraz z potwierdzającymi to dokumentami. Przedmiotowe wezwanie wysłane zostało zarówno na

adres siedziby Spółki wskazany w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, jak i na adres wskazany przez Spółkę w postępowaniu wyjaśniającym (sygn. akt DDK-405-37/14/MBM/EJ) jako korespondencyjny. Przesyłki zawierające ww. pismo zostały zwrócone do Urzędu z uwagi na niepodjęcie ich w wyznaczonym terminie. (k.1437, k. 1439)

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 kpa w zw. z art. 83 uokik, pismem z dnia 17 października 2016 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. W związku z faktem, iż Przedsiębiorca nie podjął w terminie wynikającym z art. 44 § 1- § 3 kpa w zw. z art. 83 uokik przesyłek zawierających przedmiotowe zawiadomienie Prezes Urzędu uznał doręczenie zawiadomienia za dokonane i pozostawił je w aktach sprawy. (k. 1453, k.1454)

Następnie pismem z dnia 16 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu przedstawił Spółce Szczegółowe uzasadnienie zarzutów (dalej również SUZ). Dokument ten stanowi formę zapowiedzi, jakim rozstrzygnięciem Prezes Urzędu planuje zakończyć postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Szczegółowe uzasadnienie zarzutów wydawane jest zgodnie z *Wyjaśnieniami dotyczącymi przedstawiania Szczegółowego uzasadnienia w sprawach 1) praktyk ograniczających konkurencję, 2) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz 3) nakładania kar pieniężnych za naruszenie przepisów ustawy* opublikowanymi na stronie internetowej Prezesa Urzędu na podstawie art. 31a uokik. W SUZ Prezes Urzędu przedstawił stan faktyczny, który ustalił oraz dowody, które przyjął za podstawę tych ustaleń. Zaprezentowana została również ocena prawna praktyk. Prezes Urzędu wskazał również planowane rozstrzygnięcie, w tym w zakresie środków usunięcia trwających skutków naruszenia i kary pieniężnej. Przedsiębiorca został poinformowany w SUZ o możliwości ustosunkowania się do przedstawionych ustaleń faktycznych i ich oceny prawnej. (k. 1456, k.1480). Przedmiotowe pismo wysłane zostało na adres siedziby Spółki wskazany w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Przesyłka zawierająca SUZ została zwrócona do Urzędu z uwagi na niepodjęcie jej w wyznaczonym terminie. Prezes Urzędu uznał doręczenie pisma za dokonane i pozostawił je w aktach sprawy. (k.1484-1485)

#### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000476658. Przedmiotem działalności gospodarczej Spółki jest między innymi praktyka lekarska ogólna, praktyka lekarska specjalistyczna, praktyka pielęgniarek i położnych, działalność paramedyczna oraz pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej, gdzie indziej niesklasyfikowana.

W toku prowadzonego postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że Spółka zawiera z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych (dalej także jako „umowy” lub „umowa”). Przedmiotem ww. umów jest zobowiązanie Spółki do świadczenia na rzecz konsumentów usług opieki zdrowotnej w ramach tzw. Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA. W obrocie z konsumentami Spółka postępuje się

wzorcami umowy pn. *Umowa świadczenia usług w ramach Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA*, których integralną część stanowią dokumenty pn.: *Zakres udzielania świadczeń zdrowotnych dla wnioskowanego pakietu opieki zdrowotnej* oraz *Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych*. Zgodnie z § 1 stosowanych przez Przedsiębiorcę wzorców umowy:

1. *Na mocy niniejszej umowy MEDFORLIFE zobowiązuje się do świadczenia na rzecz Pacjenta usług opieki zdrowotnej w ramach tzw. Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA (dalej „Pakiet Opieki Zdrowotnej”) w wymiarze i na zasadach określonych w Załącznikach nr 1 i 2 do niniejszej Umowy, które stanowią jej integralną część.*
2. *Pakiet Opieki Zdrowotnej, o którym mowa w ust. 1 powyżej obejmuje świadczenia zdrowotne w rozumieniu ustawy z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej (Dz.U. 2011 nr 112 poz. 654).*
3. *Szczegółowe zasady i warunki wykonywania umowy regulują postanowienia:*
  - a. *Zakresu udzielania świadczeń zdrowotnych dla wnioskowanego pakietu opieki zdrowotnej, stanowiące załącznik nr 1*
  - b. *Warunków Udzielania Świadczeń Zdrowotnych, stanowiących załącznik nr 2 do Umowy*
4. *Pacjent oświadcza, że zapoznał się i akceptuje treść wyżej wymienionych dokumentów, które stanowią integralną część Umowy i nie zgłasza do nich zastrzeżeń.*

Stosownie do § 3 wzorca umów:

1. *MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA służy prawo do korzystania z podwykonawców (usług podmiotów trzecich) przy wykonywaniu obciążających go niniejszą umową obowiązków.*
2. *Pacjent wyraża zgodę na świadczenie na jego rzecz usług opieki zdrowotnej objętych Pakietem Opieki Zdrowotnej przez podmioty współpracujące z MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA.*

W myśl natomiast § 4 Warunków Udzielania Świadczeń Zdrowotnych:

1. *Świadczenia zdrowotne oferowane w ramach Umowy dostępne są wyłącznie w Przychodni MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA Sp. z o.o. oraz Placówkach Współpracujących w godzinach ich funkcjonowania.*
2. *MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo do zmiany listy Placówek Współpracujących.*
3. *Warunkiem udzielenia świadczenia zdrowotnego jest rezerwacja terminu wizyty poprzez infolinię MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA Sp. z o.o. (22) 390 90 82.*

[dowód: pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 19v, załącznik nr 4 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 44-52]

Pakiety Opieki Zdrowotnej (dalej także jako „Pakiety”) pn. *Pakiet Aktywny Senior* oraz pn. *Pakiet lekarz* oferowane przez Spółkę obejmują nielimitowane konsultacje internistyczne, nielimitowane specjalistyczne konsultacje lekarskie, nielimitowany dostęp do lekarza koordynatora farmakoterapii, nielimitowaną telefoniczną informację medyczną oraz limitowane: wstępne badania laboratoryjne, konsultacje dietetyczne, konsultacje

stomatologiczne, konsultacje fizjoterapeutyczne, konsultacje psychologiczne, konsultacje pielęgniarstwa, szczepienia p/grypie oraz limitowany transport do przychodni. Ilość bezpłatnych świadczeń limitowanych uzależniony jest od wersji Pakietu. Pakiety dostępne są w czterech wersjach różniących się okresem trwania umowy tj. 12, 24, 36, 48 miesięcy. Oferta skierowana jest głównie do osób starszych powyżej 60 roku życia. Tylko jeden z Pakietów, których opisy zostały przekazane Prezesowi Urzędu, oferowany był w 2014 r. osobom powyżej 50 roku życia, pozostałe skierowane są do osób powyżej 60 roku życia. W opisie *Pakietu Aktywny Senior* można przeczytać:

*Medforlife to firma, której celem jest dostarczenie kompleksowej opieki medycznej dla Pacjentów w całej Polsce. Swoją ofertę w sposób szczególny kierujemy do osób starszych. Wychodząc naprzeciw potrzebom naszych Pacjentów oferujemy absolutnie unikalną na polskim rynku propozycję dla osób powyżej 60 roku życia. Abonament został opracowany w taki sposób aby najpełniej służyć seniorom pod względem oferty pakietowej oraz jakości usług, a jednocześnie nie dyskryminować pacjentów ze względu na zasobność portfela. Oferta obejmuje kompleksową opiekę lekarzy specjalistów bez konieczności oczekiwania w długich kolejkach. Naszym celem jest zapewnienie Pacjentom w każdym wieku kompleksowej opieki zdrowotnej na najwyższym poziomie. Dla osób starszych, które potrzebują szybko skorzystać z konsultacji lekarzy specjalistów, oferujemy unikalny Pakiet Opieki Lekarskiej.*

[dowód: pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 19-20, załącznik nr 1 i załącznik nr 5 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 26-41, k. 53-69]

Najniższe wynagrodzenie za świadczenia zdrowotne określone w Pakiecie to całościowo [\*\*\*], przy czym w tym drugim przypadku zgodnie z § 4 ust. 3 umowy: [\*\*\*]. W niektórych umowach, w których wynagrodzenie za świadczenia zdrowotne wynosi [\*\*\*]. Jak wynika z dokumentów przekazanych przez Spółkę najwyższe wynagrodzenie za świadczenia zdrowotne oferowane w ramach umowy wynosi [\*\*\*].

[dowód: załącznik nr 12 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 295v, k. 296v, k. 364v, k.696v]

Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy podczas organizowanych przez niego spotkań informacyjnych poza siedzibą przedsiębiorstwa. Umowy te mają charakter umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa. Na spotkania konsumenci zapraszani są telefonicznie poprzez [\*\*\*].

[dowód: pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k.20, załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 43]

Konsultant telemarketingowy przeprowadza z konsumentem rozmowę według następującego scenariusza:

[\*\*\*]

[dowód: skrypt rozmowy - załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k.42]

[\*\*\*]. W spotkaniach bierze udział [\*\*\*] bądź [\*\*\*] specjalistów ds. sprzedaży. [\*\*\*] Przedsiębiorca nie wykazał, aby w spotkaniach brała udział osoba należąca do personelu medycznego (tj. pielęgniarka).

[dowód: pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 20-21]

W związku z zawieraniem ze Spółką poza lokalem przedsiębiorstwa umowami niektórzy konsumenci składali przedstawicielom Spółki pisemne oświadczenia o zrzeczeniu się prawa

odstąpienia od tej umowy, przysługującego na podstawie art. 2 ust. 1 i 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r., poz. 1225, dalej jako ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów) lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przed upływem 10 dni od jej zawarcia. Treść oświadczeń była m. in. następująca, cyt.:

*Wyrażam zgodę na rozpoczęcie trwania świadczenia usług medycznych w ramach pakietu MedforLife przed upływem 10 dni od daty zawarcia [umowy - przyp. aut.]. Tym samym zrzekam się prawa do odstąpienia umowy w ciągu dziesięciu dni. Proszę o umówienie wizyty u endokrynologa.*

*Ja niżej podpisana wyrażam zgodę na rozpoczęcie trwania świadczenia usług medycznych w ramach pakietu MEDFOR-LIFE przed upływem 10 dni od daty zawarcia umowy, tym samym odstępuję od prawa do odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni od daty zawarcia. Jednocześnie proszę o umówienie wizyty dla mojego męża do urologa i geriatry.*

*Ja niżej podpisana wyrażam zgodę na rozpoczęcie trwania świadczenia usług Medycznych w ramach pakietu MEDFOR LIFE przed upływem 10 dni od daty zawarcia [umowy - przyp. aut.], tym samym zrzekam się prawa do odstąpienia w ciągu 10 dni od daty zawarcia umowy. Proszę o umówienie wizyty do neurologa, ortopedy, geriatry, dietetyka.*

[pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k.21v-22, załącznik nr 12 pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 512, k. 544, k. 569]

Na podstawie skarg konsumentów, które wpłynęły do Urzędu, Prezes Urzędu ustalił, iż oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od tej umowy oraz o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przed upływem 10 dni od jej zawarcia dyktowane były przez przedstawicieli Spółki, którzy nakłaniali konsumentów do ich składania. W przedmiotowych skargach konsumenci wskazywali, cyt.:

*Po pierwsze, było ono [oświadczenie - przyp. aut.] zapisane przeze mnie - Klienta - pod dyktando Pracownika firmy, pisane ręcznie, nie na przygotowanym uprzednio, wydrukowanym kwestionariuszu, ale na kawałku papieru, i o dziwo - miało miejsce przed podpisaniem formularza umowy zasadniczej, a nie po jej podpisaniu. Po wtóre - mimo pozornej życzliwości okazywanej nam przez Gospodarzy spotkania i naszych „Opiekunów” nikt z Nich - znając doskonale ostateczny skutek podpisanego oświadczenia nie uprzedził nas wyczerpująco o daleko idących konsekwencjach oświadczenia zapisanego na podłożonym świstku papieru.*

[dowód: skarga konsumenta - k. 1401v]

*Panie powiedziały, że muszę napisać takie oświadczenie, że rezygnuję z możliwości odstąpienia od umowy i podyktowały mi co mam napisać.*

[dowód: skarga konsumenta - k. 1344]

*Małgorzata (...) powiedziała że potrzebne jest oświadczenie aby była możliwość korzystania z opieki zdrowotnej. Podsunęto mi treść oświadczenia które przepisałam i podpisałam nie do końca rozumiejąc zapisów.*

[dowód: skarga konsumenta - k. 1265]

*Zaproponował mnie, że istnieje możliwość wykonania badań analizy krwi już 19.09.2014 r. tylko należy wyrazić zgodę na piśmie na rozpoczęcie świadczeń medycznych w ramach*

*pakietu przez upływem 10 dni od daty zawarcia umowy. Treść tą podyktował mnie P. Jakub (...).*

[dowód: skarga konsumenta - k. 1390v]

*26 sierpnia 2014 r. zostałam wprowadzona w błąd i podpisałam umowę o świadczenie usług medycznych opiekującą na łączną kwotę [\*\*\*], **musiałam też podpisać rezygnację z możliwości rezygnacji, podyktowano mi to, musiałam się zadeklarować, że zacznym korzystać z umowy od razu.***

[dowód: skarga konsumenta -k. 1295v];

*Pospiesznie podsunął mi umowę, której nie było kiedy przeanalizować. Pod presją psychiczną - zagadana - podpisałam. Nie poinformował mnie, że jest możliwość w ciągu 10 dni od podpisania jej, odstąpić od tej umowy. Przeciwnie - konsultant Jan (...) - stwierdził, że **muszę napisać, że nie będę odstępować. Podyktował mi to i podpisałam.***

[dowód: skarga konsumenta - k. 993]

*Po podpisaniu dokumentów pan Jan (...) w ostatniej chwili **polecił mi własnoręczne sporządzenie na przekazanej mi kartce oświadczenia, którego treść mi podyktował wyjaśniając, że jest to dopełnienie umowy. Chodziło o to, że wyrażam zgodę na rozpoczęcie usług Medforlife przed upływem 10 dni od zawarcia umowy. Oświadczenie to napisałam zgodnie z podyktowaną mi treścią.***

[dowód: skarga konsumenta - k. 1109]

Treść oświadczeń składanych przez konsumentów jest podobna lub identyczna, co wskazuje na to, iż była ona dyktowana. Ponadto, niejednokrotnie konsumenci nie mają wiedzy odnośnie przysługujących im praw. W celu zapewnienia im ochrony jako słabszej stronie stosunku prawnego przepisy prawa nakładają na przedsiębiorców dodatkowe obowiązki informacyjne polegające m.in. na informowaniu o prawie odstąpienia od umowy jeszcze na etapie przedkontraktowym (w tym przypadku był to art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów). Składanie przedmiotowych oświadczeń nie leżało również w interesie konsumentów. Wobec powyższego Prezes Urzędu przyjął, że to przedstawiciele Spółki w trakcie zawierania poza lokalem przedsiębiorstwa umów nakłaniali konsumentów do składania oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od tej umowy w celu rozpoczęcia świadczenia przez Spółkę usług medycznych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie lub je przyjmowali. Jednocześnie, Prezes Urzędu nie dał wiary twierdzeniom Spółki jakoby oświadczenia konsumentów dotyczące zrzeczenia się prawa odstąpienia od umowy ze względu na chęć natychmiastowego korzystania ze świadczeń medycznych składane były z inicjatywy konsumentów oraz jakoby konsumenci zainteresowani jak najszybszym korzystaniem ze świadczeń pytali się w trakcie spotkań o taką możliwość, a następnie przekazywali sobie treść oświadczeń.

Prezes Urzędu ustalił, iż Spółka odmawiała konsumentom, którzy uprzednio złożyli oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przez Przedsiębiorcę przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy, realizacji przysługującego na podstawie art. 2 ust. 1 i 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów prawa odstąpienia od umowy. W odpowiedzi na składane przez tych konsumentów oświadczenia o odstąpieniu od umowy, Spółka informowała m. in., iż:

[\*\*\*]

[załącznik nr 12 pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 802, k. 809, k. 852, k. 894]

Powyższe ustalenia faktyczne znajdują również potwierdzenie w skargach składanych przez konsumentów:

*Ja w tym momencie chciałem się wycofać, ale te panie mi powiedziały, że to już niemożliwe, bo już podpisałem i wyszły. Z pomocą rodziny napisałem odstąpienie od tej umowy i wysłałem z zachowaniem tego dziesięciodniowego terminu, ale odpisali mi, że z powodu oświadczenia jakie napisałem nie jest to możliwe.*

[dowód: skarga konsumenta - k. 1344]

W dniu 20 XI otrzymałam pismo z Medforlife (odpowiedź na list polec. wysłany 30 X) w którym odmawiają odstąpienia od umowy powołując się na moje oświadczenie, że zrzekam się prawa odstąpienia, które było wymuszone i stanowiło warunek rozpoczęcia pakietu med.

[dowód: skarga konsumenta - k. 1417]

**26 sierpnia 2014 r.** zostałam wprowadzona w błąd i podpisałam umowę o świadczenie usług medycznych opiekujących na łączną kwotę [\*\*\*] (...). **27 sierpnia 2014 r.**, w 'placówce' przedsiębiorcy złożyłam odstąpienie od umowy o świadczenie usług medycznych - w odpowiedzi stwierdzono, że ni mogą tego zrobić, Pisemnie **30 sierpnia 2014 r.**, ponownie odstąpiłam od umowy korzystając z uprawnień ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny ( DZ. U. z 2000r., Nr 22, poz. 271 z późn. zm.). wzywając przedsiębiorcę do zapłaty kwoty, która została im przekazana przez pracownika banku niby na realizację umowy, Otrzymałam odpowiedź negatywną, zapewniającą mnie, że wszystko odbyło się zgodnie z prawem.

[dowód: skarga konsumenta - k.1295v]

Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje, że Spółka nie udzielała świadczeń zdrowotnych oferowanych w ramach umowy we własnych placówkach. Spółka nie posiada swoich przychodni lub placówek. Przedmiotowe świadczenia zdrowotne realizowane są przez inne podmioty [\*\*\*].

[dowód: pismo Spółki z dnia 26 sierpnia 2015 r. - k. 966v, pismo Spółki z dnia 8 października 2015 r. - k. 972v, załącznik nr 7 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 80-247]

Do dnia 7 listopada 2014 r. Spółka zawarła z konsumentami [\*\*\*] umów. Z oświadczenia Spółki wynika, że do tego czasu [\*\*\*] konsumentów złożyło oświadczenie o rezygnacji z prawa odstąpienia od umowy wyrażając zgodę na rozpoczęcie świadczeń medycznych w ramach opieki abonamentowej. Spółka w wyjątkowych sytuacjach uwzględniała złożone przez konsumentów oświadczenia o odstąpieniu od umów zawartych przed 25 grudnia 2014 r., w przypadku uprzedniego złożenia przez tych konsumentów oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy ze względu na chęć natychmiastowego korzystania ze świadczeń. Spółka uwzględniała [\*\*\*] takie odstąpienia od umowy. Jednocześnie Spółka nie uwzględniała [\*\*\*] odstąpien od umowy z powodu złożenia przez konsumentów oświadczeń o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy ze względu na chęć natychmiastowego korzystania ze świadczeń medycznych. O odstąpieniu od umowy poinformowało Spółkę [\*\*\*] konsumentów.

[dowód: pismo Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 21v-23, załącznik nr 13 i nr 14 do pisma Spółki z dnia 7 listopada 2014 r. - k. 919-932, pismo Spółki z dnia 17 sierpnia 2015 r. - k. 966v-967, załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 1 października 2015 r. - k. 973-975]

### **Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte 30 grudnia 2015 r. na podstawie przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2015 r., poz. 184, z późn. zm.). Dnia 17 kwietnia 2016 r. weszła w życie nowelizacja przepisów tej ustawy wprowadzona na podstawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz.1634; dalej jako ustawa zmieniająca). Zgodnie z art. 7 ustawy zmieniającej, do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu wszczęto przed dniem wejścia w życie ustawy zmieniającej, stosuje się przepisy dotychczasowe.

#### **Naruszenie interesu publicznego**

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona 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 opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółkę. Działania przedsiębiorcy nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów - jej obecnych i przyszłych kontrahentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania przedsiębiorcy pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców.

W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1. kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
2. działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów,



3. działanie to jest bezprawne.

### 1. Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz.U. z 2016 r., poz. 1829 z późn. zm.), tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). Działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ww. ustawy).

Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego - Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000476658, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Nie ulega zatem wątpliwości, że posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### 2. Zbiorowy interes konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji *zbiorowego interesu konsumentów*, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów - traktowanych jako grupa uczestników rynku zastępująca na szczególną ochronę<sup>2</sup>.

Stanowisko to zostało potwierdzone również w orzecznictwie Sądu Najwyższego (dalej jako SN), który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów<sup>3</sup>. W innym orzeczeniu SN podkreślił, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w*

<sup>2</sup> Por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08

<sup>3</sup> Zob. wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01

*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*<sup>4</sup>.

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie - z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę - zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy<sup>5</sup>. Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż indywidualizacja konsumentów nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując określone działania nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę zachowanie Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, biorąc za podstawę ustaleń i rozważań materiał dowodowy zgromadzony w niniejszej sprawie. Podkreślić przy tym należy, że działanie Spółki było podejmowane w stosunku do potencjalnie nieoznaczonego z góry i licznego kręgu podmiotów. Oferta handlowa Spółki kierowana była bowiem do wszystkich konsumentów potencjalnie zainteresowanych zawarciem umowy o świadczenie usług medycznych. Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych.

W przedmiotowej sprawie praktyki Spółki zagrażały zarówno interesom niemajątkowym konsumentów, poprzez ograniczenie ich prawa do rzetelnej i pełnej informacji na temat istotnych informacji dotyczących umowy, jak i interesom ekonomicznym, bowiem powodowały wyłączenie przyznanego konsumentom prawa do odstąpienia od zawartej umowy, z którą wiązały się określone ekonomiczne obciążenia po stronie konsumenta.

---

<sup>4</sup> Wyrok SN z dnia 10 kwietnia 2008 r., III SK 27/07; por. również wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., VI ACa 67/13

<sup>5</sup> zob. M. Szydło, Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791

### 3. Bezprawność działań

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów.

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z bezprawnością, która polega na sprzeczności kwestionowanych działań Przedsiębiorcy z przepisami:

- A. ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm., dalej także jako „upnpr”) - działanie Spółki opisane w pkt I.1, pkt II.1 i pkt II.2 sentencji decyzji;
- B. ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów - działanie Spółki opisane w pkt I.2 sentencji decyzji.

#### Ad A

##### *Praktyka rynkowa*

Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, 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 art. 2 pkt 3 upnpr ma szeroki zakres i obejmuje także usługę. 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, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Zatem sposób, w jaki Spółka zaprasza konsumentów na spotkania, w trakcie których zawierane są umowy o świadczenie usług medycznych, w tym informowanie o obecności podczas tych spotkań osoby należącej do personelu medycznego (tj. pielęgniarki), jak również działania polegające na nakłanianiu do składania i przyjmowaniu oświadczeń określonej treści oraz stosowaniu przez Spółkę we wzorcach umów postanowień wskazujących na prowadzenie przez nią własnych przychodni lub placówek medycznych spełniają powyższe kryteria i mogą zostać uznane za praktyki rynkowe w rozumieniu niniejszej ustawy.

##### *Nieuczciwa praktyka rynkowa*

Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także

stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 upnpr.

### *Model przeciętnego konsumenta*

Dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania, bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do jej adresata, którym jest przeciętny konsument. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 upnpr, przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej jako TSUE). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji.

Orzecznictwo TSUE wskazało równocześnie na niezbędność ochrony grup konsumentów, które z różnych uzasadnionych przyczyn nie mieszczą się w ogólnym standardzie (np. wyrok C-382/87 w sprawie Buet, gdzie TSUE do grupy szczególnie podatnych na praktyki marketingowe zaliczył adresatów przekazów komercyjnych, zachęcających do nabywania materiałów dydaktycznych do nauki korespondencyjnej).<sup>6</sup>

Stanowisko to znalazło odzwierciedlenie w motywach dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie WE nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L 149/23 z 11.06.2005; dalej jako dyrektywa 2005/29) i art. 5 ust. 3 tego aktu.

Pkt 18 preambuły dyrektywy 2005/29 stanowi, że w przypadku, gdy określona praktyka handlowa przeznaczona jest dla szczególnej grupy konsumentów, jak np. dzieci, oddziaływanie tej praktyki należy ocenić z perspektywy przeciętnego członka tej grupy.

Art. 5 ust. 3 dyrektywy stanowi natomiast, że praktyki handlowe, które mogą w sposób istotny zniekształcić zachowanie gospodarcze wyłącznie dającej się jednoznacznie zidentyfikować grupy konsumentów szczególnie podatnych na te praktykę lub na produkt, którego ona dotyczy, ze względu na niepełnosprawność fizyczną lub umysłową, wiek lub łatwowierność, w sposób racjonalnie możliwy do przewidzenia przez przedsiębiorcę oceniane są z perspektywy przeciętnego członka tej grupy.

Dyferencjacja wzorca konsumenta znajduje się również w art. 2 pkt 8 upnpr, która implementuje do polskiego porządku prawnego dyrektywę 2005/29.

---

<sup>6</sup> Zob. R. Stefanicki, Komentarz do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, LexisNexis 2009, str. 141-142.

*Polski ustawodawca przyjął wzorzec konsumenta "świadomego oraz rozważnego" z możliwością dokonania oceny danej praktyki ze względu na szczególne kategorie konsumentów, wprowadzając tym samym segmentację konsumentów. (...) Ustawodawca przewidział możliwość odstępstwa od przyjętego normatywnego modelu przeciętnego konsumenta na rzecz szczególnych kategorii konsumentów oraz konieczności uwzględnienia "różnic językowych, kulturowych i społecznych." Zatem przy ocenie podatności konsumenta na daną praktykę rynkową brany jest pod uwagę wzorzec konsumenta, jak i sprecyzowana grupa konsumentów szczególnie podatna na daną praktykę. Jeśli praktyka rynkowa jest skierowana do określonej grupy konsumentów, to ocenie podlega przeciętny członek danej grupy konsumentów. Biorąc zatem pod uwagę specyfikę i rodzaje nieuczciwych praktyk rynkowych, możemy dokonać wyodrębnienia szczególnych grup konsumentów jako ich adresatów.<sup>7</sup>*

Zauważyć należy, że oferta Spółki kierowana jest głównie do osób starszych powyżej 60 roku życia. Tylko jeden z Pakietów, których opisy zostały przekazane Prezesowi Urzędu oferowany był w 2014 r. osobom powyżej 50 roku życia. Pozostałe trzy kierowane są do osób powyżej 60 roku życia. Zaznaczyć również należy, że większość umów została zawarta przez Spółkę z osobami powyżej 60 roku życia. Te osoby są więc konsumentami szczególnie podatnymi na praktyki Spółki.

Przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego postępowania, należy mieć zatem na uwadze konsumenta należącego do grupy osób powyżej 60 roku życia.

Wskazana grupa konsumentów charakteryzuje się pewnymi cechami, które sprawiają, iż jest ona szczególnie podatna na praktykę stosowaną przez Spółkę. Osoby starsze charakteryzują się przeciętnie niższym poziomem edukacji, niż ma to miejsce w przypadku młodszego pokolenia. Najliczniejszą zbiorowość wśród ludności w wieku 65 lat i więcej stanowią osoby posiadające wykształcenie podstawowe - ok. 46% ogółu populacji w tym wieku. Kolejny, najliczniej reprezentowany wśród ludności w tej grupie wieku, poziom wykształcenia to średnie i policealne (24%).<sup>8</sup> Ta grupa konsumentów ma dosyć niską świadomość zmieniającego się m.in. otoczenia prawnego-gospodarczego. Są to również często osoby w trudnej sytuacji materialnej, która może ograniczać racjonalne podejście przy podejmowaniu decyzji finansowych. Jednocześnie osoby starsze charakteryzują się zwykle wyższym poziomem zaufania i łatwowiernością wobec osób trzecich, są bezkrytyczne wobec przekazywanych im informacji. Osoby te z reguły nie posiadają także wystarczającej wiedzy o przysługujących im uprawnieniach wynikających z przepisów.

Osoby, z którymi Przedsiębiorca zawiera umowy, często zmagają się z różnego rodzaju chorobami i dolegliwościami utrudniającymi im codzienne funkcjonowanie, jak również właściwą ocenę podejmowanych działań (np. składanych oświadczeń lub podpisywanych umów), czy też kierowanych do nich komunikatów marketingowych.

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni po 50 roku życia doświadczają różnego rodzaju chorób. Najwyższy odsetek osób w Polsce cierpi na nadciśnienie tętnicze, zapalenie stawów oraz doświadczyło zawału serca. Aż 63% osób starszych uskarża się na trzy lub więcej dolegliwości. Wielochorobowość, otępienie, cukrzyca, pogorszenie funkcji narządów

<sup>7</sup> M. Sieradzka, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Komentarz, Wolters Kluwers, Warszawa 2008, s. 66.

<sup>8</sup> Źródło: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/sytuacja-demograficzna-osob-starszych-i-konsekwencje-starzenia-sie-ludnoscipolski-w-swietle-prognozy-na-lata-2014-2050,18,1.html> Sytuacja demograficzna osób starszych i konsekwencje starzenia się ludności Polski w świetle prognozy na lata 2014-2050 s. 9.

zmysłów, upośledzenie zdolności poznawczej i osłabienie siły mięśniowej prowadzi do uznania osoby w wieku 65+ jako wymagającej odmiennego podejścia.<sup>9</sup>

W skargach zgromadzonych w niniejszym postępowaniu konsumenci sami wskazywali na swoje liczne schorzenia, cyt.:

*Ja jestem osobą samodzielną, jednak poza mieszkaniem poruszam się z inną osobą, czytam w okularach a mały druk przez szkło powiększające, ja nie potrzebuję stałej opieki czasami korzystam z pomocy kuzynki (...). Ja mam kłopoty z pamięcią, z orientacją w przestrzeni (protokół przesłuchania świadka - k. 1202).*

*W tym momencie byłam przekonana że taki pakiet jest dla mnie korzystny i potrzebny, ponieważ w ostatnich dniach przeżyłam śmierć młodszego brata, który zmarł 24.09.2014 r. na nowotwór trzustki, a moje ostatnie wyniki morfologii nie były najlepsze (skarga konsumenta - k. 1226).*

*W tym okresie przechodziłam zaostrzenie chorobowe, które utrudniało mi dokonywanie osądów podejmowanych działań. Od wielu lat choruję na schizofrenię paranoidalną, która ma w przebiegu okresy maniakalne w trakcie których mogę podejmować nierozsądne decyzje. Podpisując ww. umowę miałam fantazję o byciu wyleczoną z różnych moich dolegliwości, nie byłam w stanie ocenić realnej możliwości dokonania tego oraz oferty firmy Medforlife (skarga konsumenta - k. 1235).*

*Każdy z zaproszonych osób poddawany był na wstępie elektronicznym badaniom, ponieważ jestem po operacji onkologicznej moje wyniki nie były zbyt dobre. W czasie indywidualnych konsultacji przy osobnych stolikach po uprzednim sprawdzeniu wyników wykonanych na wstępie spotkania zaproponowano mi natychmiastowe leczenie w w/w firmie, ponieważ byłam pod wpływem emocji w związku ze złym stanem zdrowia zgodziłam się (skarga konsumenta - k. 1372v).*

*Jestem 79 lat emerytką Służby Zdrowia; samotną i po operacji serca (dwa bay-pasy i zastawka aortalna) (skarga konsumenta - k. 1417).*

Oprócz złego stanu zdrowia obserwuje się także zjawisko e-wykluczenia, zmniejszenia więzi rodzinnych, osłabienia relacji międzyludzkich, nienadążania seniorów za rozwojem technologicznym w ich życiu codziennym, co z kolei sprzyja występowaniu poczucia alienacji<sup>10</sup>. Osoby starsze nie są przyzwyczajone i przygotowane do takich form sprzedaży towarów i usług jak telemarketing czy akwizycja. Powyższe sprawia, że ta grupa konsumentów może być bardziej podatna na niektóre praktyki rynkowe, np. na sprzedaż pod naciskiem.

Każdy konsument ma prawo do rzetelnej informacji, która - przy założeniu dokonania z jego strony aktów staranności celem zrozumienia istoty kierowanych do niego przez przedsiębiorcę informacji - nie będzie wprowadzać w błąd. Należy wyraźnie podkreślić, iż nie bez znaczenia jest sposób przekazania tak zdefiniowanemu przeciętnemu konsumentowi informacji dotyczących produktu, bowiem prawo konsumenta do transparentności przekazu profesjonalisty (należytego poinformowania) ma kardynalne znaczenie dla świadomego procesu decyzyjnego konsumenta. Naruszenie tego prawa (brak transparentności, nienależyte przekazanie informacji) może skutkować bowiem tym, iż nawet przeciętny konsument nie będzie w stanie wykorzystać swojej wiedzy, ostrożności, racjonalnego postrzegania rzeczywistości i rozpoznać grożącego mu niebezpieczeństwa w

<sup>9</sup> Źródło: <https://www.mpips.gov.pl/seniorzyaktywne-starzenie/zalozenia-dlugofalowej-polityki-senioralnej-w-polsce-na-lata-20142020/>

<sup>10</sup> j.w.

postaci bezprawnych działań profesjonalisty. W tak zakłóconych warunkach przeciętny konsument nie będzie miał możliwości podjęcia świadomej decyzji.

Jednocześnie należy podkreślić, iż adresaci praktyki stosowanej przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., stanowiąc szczególną, dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, ze względu na pewne cechy (wiek) są grupą szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej stosowanej przez Spółkę i będącej przedmiotem niniejszego postępowania. W związku z powyższym, praktyki Spółki należy oceniać przez pryzmat wyżej opisanego modelu konsumenta, który jest adresatem tychże działań.

### *Działanie wprowadzające w błąd*

W myśl art. 5 ust. 1 upnpr, 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.

Ustęp 2 pkt 1 ww. przepisu stanowi, iż wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Określona forma komunikacji będzie podlegać ocenie (pod kątem wprowadzenia w błąd) z punktu widzenia przeciętnego konsumenta, który pod jej wpływem podjął lub może podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął. Pomiędzy wprowadzeniem w błąd przez praktykę rynkową a podjęciem (lub możliwością podjęcia) decyzji przez konsumenta musi zaistnieć związek przyczynowy. Kwalifikacja praktyki rynkowej jako wprowadzającej w błąd będzie opierać się na ustaleniu, że w wyniku jej stosowania naruszone zostało prawo do podjęcia świadomej decyzji rynkowej. Skutkiem wprowadzenia w błąd jest uniemożliwienie przeciętnemu konsumentowi dokonanie świadomego, a zatem również efektywnego wyboru (pkt 14 Preambuły Dyrektywy 2005/29/WE).

Przez pojęcie decyzji dotyczącej umowy należy natomiast rozumieć podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 8 upnpr).

Reasumując, w przedmiotowej sprawie konieczne stało się zatem rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy działanie Spółki opisane w pkt I.1, pkt II.1 i pkt II.2 sentencji decyzji mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd (tj. powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął).

### **Działanie Spółki opisane w pkt I.1 sentencji decyzji**

Opisane w pkt I.1 działanie polegało na wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa umów o świadczenie usług medycznych, co do prawa odstąpienia od umowy poprzez nakłanianie konsumentów do składania lub przyjmowanie od konsumentów jednostronnych, pisemnych oświadczeń woli o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy, wbrew uregulowaniom z art. 17 w zw. z art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów.

Z materiału zgromadzonego w sprawie wynika, że w związku z zawieraniem z Przedsiębiorcą poza lokalem przedsiębiorstwa umowami o świadczenie usług medycznych konsumenci składali pisemne oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od tej umowy przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie. Prezes Urzędu ustalił, że przedstawiciele Spółki nakłaniali konsumentów do składania przedmiotowych oświadczeń, inspirowali ich treść, a także je przyjmowali.

Zgodnie z art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego terminem. Prawa tego nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć (art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów stanowi implementację czterech dyrektyw europejskich odnoszących się do prawa konsumenckiego. Jedną z tych dyrektyw jest dyrektywa Rady 85/577/EEC z 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w umowach zawieranych poza siedzibą przedsiębiorstwa (Dz. Urz. UE L 37 z 31.12.1985; dalej jako dyrektywa), mająca zastosowanie do umów, na podstawie których handlowiec dostarcza konsumentowi towary lub usługi i które są zawierane:

- w trakcie zorganizowanego przez handlowca wyjazdu poza siedzibę przedsiębiorstwa;
- w trakcie wizyty handlowca:
  - (i) w domu konsumenta lub w domu innego konsumenta;
  - (ii) w miejscu pracy konsumenta.

Zgodnie z art. 5 dyrektywy konsument ma prawo do odstąpienia od umowy przez wysłanie zawiadomienia w terminie nie krótszym niż siedem dni od otrzymania od przedsiębiorcy zawiadomienia na piśmie o przysługującym mu prawie do odstąpienia, zgodnie z procedurą ustanowioną w ustawodawstwie krajowym. Wystarczy, jeśli zawiadomienie zostanie wysłane przed końcem tego terminu. Wysłanie przez konsumenta zawiadomienia o odstąpieniu od umowy, zwalnia go od wszelkich zobowiązań wynikających z umowy. Ponadto, konsument nie może zrzec się uprawnień przyznanych na mocy dyrektywy (art. 6 dyrektywy). Stosownie natomiast do art. 8 dyrektywy, dyrektywa nie stanowi przeszkody dla wprowadzenia lub utrzymania w mocy przez Państwa Członkowskie bardziej korzystnych przepisów ochrony konsumentów w dziedzinie objętej niniejszą dyrektywą.

Nie ulega wątpliwości, że przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów z uwagi na to, że stanowią implementację prawa unijnego, należy interpretować „w duchu” rozwiązań przyjętych w prawie unijnym czyli m.in. w dyrektywie. W związku z powyższym, przyjęć trzeba, że pomimo iż art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów mówi o zakazie wyłączenia prawa odstąpienia od umowy w drodze umowy, to zakaz ten rozciąga się również na sytuacje, w których przedsiębiorca przyjmuje od konsumenta oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy. Przepisy dyrektywy przewidują bowiem niedopuszczalność zrzeczenia się przez konsumenta w jakikolwiek sposób (niezależnie od tego, czy jest to dokonywane w drodze umowy, czy też jednostronnego oświadczenia woli) prawa odstąpienia od umowy. Ponadto, art. 8 dyrektywy wprowadza klauzulę minimalnej harmonizacji. Celem harmonizacji minimalnej jest zapewnienie minimalnego poziomu ochrony konsumentów jako słabszej strony stosunku prawnego. Do minimalnego poziomu ochrony konsumentów wynikającego z dyrektywy należy również zakaz zrzekania się przez konsumentów przyznanego im prawa



odstąpienia od umowy. Wprowadzenie takiej regulacji leży w interesie konsumentów i daje im możliwość swobodnego przemyślenia zasadności decyzji dotyczącej umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz ewentualnej rezygnacji z zawartej umowy. Nie jest więc dopuszczalne zrzeczenie się przez konsumenta w drodze jednostronnego, pisemnego oświadczenia woli, prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, gdyż takie działanie byłoby sprzeczne z interesem konsumenta (konsument utraciłby prawo odstąpienia od umowy) oraz naruszałoby minimalny poziom ochrony wyznaczony przez dyrektywę wprowadzoną do polskiego porządku prawnego ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów, w tym art. 17 tej ustawy. Odmienne interpretacja prowadziłaby do obejścia przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Ponadto dodać należy, iż w przedmiotowej sprawie nie było konieczności, aby konsumenci zrzekli się prawa odstąpienia od umowy, w celu natychmiastowego rozpoczęcia świadczenia usług określonych w umowie. Rozpoczęcie świadczenia usług wynikających z umowy jest bowiem kwestią niezależną od zrzeczenia się przez konsumenta prawa odstąpienia od umowy. Jak wynika z § 4 pkt 3 stosowanych przez Przedsiębiorcę wzorców umowy świadczenia usług w ramach Pakietu, ewentualnym warunkiem rozpoczęcia świadczenia usług objętych umową była wpłata przez konsumenta na wskazane konto środków w określonej wysokości lub zawarcie przez konsumenta umowy sprzedaży określonego urządzenia oraz zapłata ceny za zakupione urządzenie. Poza powyższym, wzorec umowy nie zawierał innych warunków odnośnie rozpoczęcia świadczenia usług, nie wskazywał również okresu, w którym takie rozpoczęcie świadczenia miało nastąpić. W związku z powyższym, konsument mógł żądać rozpoczęcia świadczenia usług określonych w umowie zaraz po jej zawarciu, a jedynym ewentualnym warunkiem rozpoczęcia świadczenia tych usług była zapłata określonej kwoty lub zawarcie przez konsumenta umowy sprzedaży określonego urządzenia oraz zapłata ceny za zakupione urządzenie. W sytuacji, gdyby pomimo rozpoczęcia świadczenia usług przez Spółkę w czasie biegu dziesięciodniowego terminu na odstąpienie, konsument odstąpiłby od umowy, zastosowanie miałyby art. 2 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, zgodnie z którym w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty. Zgodnie z poglądami doktryny w *przypadku gdy świadczenie przedsiębiorcy w umowie zawartej poza lokalem przedsiębiorcy polegało na usługach, z natury rzeczy nie może zostać zwrócone wobec braku przedmiotu świadczenia. W takim przypadku konsument nie jest zobowiązany do zapłaty za usługę, jeśli nie będzie miało zastosowania wyłączenie z art. 5 pkt 1 u.o.n.p.k. [ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów - przyp. aut.], zgodnie z którym przepisów o umowach zawieranych z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa nie stosuje się do umów o charakterze ciągłym lub okresowym, zawieranych na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób, jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy, a zarazem w tej ofercie lub informacji, jak i w umowie zastrzeżono prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia. Skoro między omawianymi przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów a kodeksowymi postanowieniami o bezpodstawnym wzbogaceniu zachodzi relacja specjalności (E. Łętowska, Ochrona niektórych praw konsumentów. Komentarz, Warszawa 2001, s. 37) trudno uznać za*

*zasadny pogląd, jakoby w przypadku, gdy istota spełnionego świadczenia nie dopuszczała jego zwrotu w naturze (korzystanie przez konsumenta z rzeczy w okresie poprzedzającym odstąpienie), uzasadnione było roszczenie o zwrot korzyści uzyskanej bezpodstawnie (...). W konsekwencji trzeba przyjąć, że w takiej sytuacji wzajemne rozliczenie stron następuje ze stratą dla przedsiębiorcy. Uwaga ta nie znajduje zastosowania do umów zawartych na odległość, wobec postanowień art. 10 ust. 3 pkt 1 u.o.n.p.k., zgodnie z którym jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadkach świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu, o którym mowa w art. 7 ust. 1 u.o.n.p.k.<sup>11</sup> W przedmiotowej sprawie umowy zawierane były poza lokalem przedsiębiorstwa, a nie na odległość. Tym samym art. 10 ust. 3 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów nie znajdował zastosowania.*

Wobec powyższego uznać należy, iż złożenie przez konsumenta oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy świadczenia usług medycznych zawartej ze Spółką leżało wyłącznie w interesie Spółki. Konsument bowiem nie musiał zrzekać się prawa odstąpienia od umowy w celu natychmiastowej możliwości skorzystania z usług wynikających z umowy, a samo zrzeczenie się prawa odstąpienia z uwagi na treść art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów było niedopuszczalne. Zatem, to Spółka miała interes w tym, by nakłaniać konsumentów do składania przedmiotowych oświadczeń oraz je przyjmować. Należy podkreślić, że w przedmiotowej sprawie przeciętny konsument to osoba starsza. Taki konsument nie ma wystarczającej wiedzy na temat obowiązujących przepisów prawa lub instytucji prawnych, w tym np. instytucji prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zatem Prezes Urzędu nie podziela twierdzeń Spółki, z których wynika, że to sami konsumenci przekazywali sobie treść oświadczeń o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy w celu rozpoczęcia świadczenia przez Spółkę usług medycznych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie. Prezes Urzędu nie zgadza się również z poglądem Spółki, z którego wynika, iż ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów w żaden sposób nie zakazuje pobierania od konsumentów jednostronnych oświadczeń woli o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy.

W ocenie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca nakłaniając konsumentów do składania oświadczeń o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy i przyjmując je wbrew uregulowaniom zawartym w art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, mógł wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą realizacji prawa odstąpienia od zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy, której by nie podjęli wiedząc, iż niedopuszczalne jest zrzeczenie się tego prawa. Złożenie oświadczenia o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa mogło wywołać u przeciętnego konsumenta błędne przekonanie, że nie może on zrealizować przysługującego mu na podstawie art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów prawa odstąpienia od zawartej ze Spółką umowy.

---

<sup>11</sup> A. Kołodziej, E. Rutkowska-Tomaszewska, Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, Komentarz, Wydanie 1, LexisNexis Warszawa 2012, s. 36

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, opisane wyżej działanie Przedsiębiorcy wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

### **Działanie Spółki opisane w pkt II.1 sentencji decyzji**

Opisane w pkt II.1 sentencji decyzji działanie polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa umowami o świadczenie usług medycznych, co do cech świadczonej usługi poprzez stosowanie we wzorcach umów i w dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych postanowień sugerujących jakoby Spółka samodzielnie realizowała w należących do niej przychodniach lub placówkach medycznych świadczenia zdrowotne oferowane przez Spółkę w ramach zawieranych z konsumentami umów o świadczenie usług medycznych, podczas gdy w rzeczywistości Spółka nie prowadzi własnych przychodni lub placówek, a świadczenia te realizowane są wyłącznie przez podmioty współpracujące ze Spółką na podstawie umów o udzielanie świadczeń medycznych.

Zgodnie z § 1 pkt 1 i 3 lit. b stosowanych przez Przedsiębiorcę wzorców umów: *Na mocy niniejszej umowy MEDFORLIFE zobowiązuje się do świadczenia na rzecz Pacjenta usług opieki zdrowotnej w ramach tzw. Pakietu Opieki Zdrowotnej MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA (dalej „Pakiet Opieki Zdrowotnej”) w wymiarze i na zasadach określonych w Załącznikach nr 1 i 2 do niniejszej Umowy, które stanowią integralną część. Szczegółowe zasady i warunki wykonywania umowy regulują postanowienia Warunków Udzielania Świadczeń Zdrowotnych, stanowiących załącznik nr 2 do Umowy. W myśl natomiast § 4 pkt 1 Warunków Udzielania Świadczeń Zdrowotnych Świadczenia zdrowotne oferowane w ramach Umowy dostępne są wyłącznie w Przychodni MEDFORLIFE OPIEKA ABONAMENTOWA Sp. z o.o. oraz Placówkach Współpracujących w godzinach ich funkcjonowania. Należy zauważyć, że treść powyższych postanowień, z których m.in. wynika, że Spółka posiada własną Przychodnię, może wywołać u przeciętnego konsumenta przekonanie, że Przedsiębiorca jest podmiotem medycznym realizującym samodzielnie świadczenia zdrowotne w ramach zawieranej z nim umowy świadczenia usług medycznych. W takim przekonaniu utwierdzać mogą konsumenta w szczególności sformułowania użyte w przedmiotowych postanowieniach tj.: *MEDFORLIFE zobowiązuje się do świadczenia na rzecz Pacjenta usług opieki zdrowotnej.**

Tymczasem, jak wynika z wyjaśnień Spółki oraz przekazanych dokumentów, Spółka nie prowadzi własnych placówek ani przychodni, w których realizuje świadczenia zdrowotne. Świadczenia zdrowotne oferowane przez Spółkę w ramach zawieranych z konsumentami umów świadczenia usług medycznych realizowane są wyłącznie przez podmioty współpracujące ze Spółką na podstawie umów o udzielanie świadczeń medycznych.

Należy wspomnieć, iż na etapie przedkontraktowym Przedsiębiorca również nie informuje konsumentów, iż jest on podmiotem, którego działalność skupia się wyłącznie na pośredniczeniu w realizacji świadczeń zdrowotnych. Wręcz przeciwnie, w telefonicznych zaproszeniach na prezentacje kierowanych do konsumentów konsultanci określają Medforlife Opieka Abonamentowa jako [\*\*\*]. W konsekwencji zawarta w ww. dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych oraz we wzorcach umów informacja utwierdza konsumentów w przekonaniu, iż zawierają oni umowę z podmiotem, który posiada własne przychodnie i placówki medyczne oraz realizuje świadczenia zdrowotne. Na przekonanie to nie może mieć wpływu przekazywana podczas spotkania organizowanego z Medforlife Opieka Abonamentowa informacja o [\*\*\*]. W przedmiotowej bowiem sprawie

przeciętny konsument to osoba starsza, która nie musi posiadać wiedzy co do tego, który podmiot jest właścicielem konkretnej placówki lub przychodni medycznej. [\*\*\*]. Jednocześnie fakt, iż Spółka współpracuje z innymi placówkami w żaden sposób nie wyklucza posiadania własnych placówek.

W ocenie Prezesa Urzędu błędne przekonanie konsumenta, że zawiera umowę z podmiotem, który samodzielnie zajmuje się realizacją świadczeń zdrowotnych, może wpływać na podjęcie decyzji dotyczącej ewentualnego zawarcia umowy o świadczenie usług medycznych. Z uwagi na przedmiot oraz specyfikę prowadzonej działalności (zatrudnianie osób wykonujących zawód zaufania publicznego tj. lekarzy i pielęgniarek, dysponowanie znacznym kapitałem) podmioty realizujące świadczenia zdrowotne mogą wzbudzać wśród konsumentów będących osobami starszymi większe zaufanie niż podmioty, których działalność ogranicza się jedynie do pośredniczenia w realizacji świadczeń zdrowotnych. Zdaniem Prezesa Urzędu zawarta w dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych oraz we wzorcach umów informacja sugerująca, jakoby Spółka samodzielnie realizowała w należących do niej przychodniach lub placówkach medycznych świadczenia zdrowotne, ma wyłącznie zachęcać konsumentów do zawierania z nią umów.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 2 upnpr wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem.

Wobec powyższego w ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe działanie Spółki narusza art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

### **Działanie Spółki opisane w pkt II.2 sentencji decyzji**

Opisane w pkt II.2 sentencji decyzji działanie Spółki polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez niezgodne z prawdą informowanie w telefonicznych zaproszeniach na spotkania organizowane przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., w trakcie których istnieje możliwość wykonania bezpłatnych badań lub zabiegów leczniczych/rehabilitacyjnych, o obecności podczas tych spotkań osoby należącej do personelu medycznego (tj. pielęgniarki), podczas gdy w rzeczywistości w spotkaniach tych biorą udział wyłącznie specjaliści do spraw sprzedaży.

[\*\*\*] Powyższe wskazuje na to, iż Spółka ma realny wpływ na treść informacji przekazywanych konsumentom przez telemarketerów w trakcie rozmowy. Zatem to Medforlife Opieka Abonamentowa należy w tym przypadku postawić zarzut stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z przekazanym przez Spółkę skryptem rozmowy z konsumentami w kierowanych do konsumentów telefonicznych zaproszeniach na prezentacje konsultanci informują cyt.: [\*\*\*]. ***Oczywiście na miejscu będzie pielęgniarka, która pomoże wybrać najkorzystniejszy dla Pani/Pana zabieg.*** Z informacji przekazywanej konsumentom przez telemarketera wynika zatem, że w organizowanych przez Spółę spotkaniach, podczas których istnieje możliwość wykonania określonych bezpłatnych badań lub zabiegów leczniczych/rehabilitacyjnych bierze udział osoba należąca do personelu medycznego (tj. pielęgniarka). W takim przekonaniu utwierdzać mogą konsumentów zwroty używane przez

osobę przeprowadzającą rozmowę tj. [\*\*\*] są bowiem czynnościami wykonywanymi zazwyczaj przez personel medyczny tj. lekarzy czy pielęgniarki.

Z wyjaśnień Spółki wynika natomiast, że cyt.: *Spotkanie informacyjne [\*\*\*], bierze w nich udział [\*\*\*] specjalistów ds. sprzedaży [\*\*\*]*. Należy zatem przyjąć, że w rzeczywistości w spotkaniach organizowanych przez Spółkę biorą udział wyłącznie konsultanci handlowi, a nie personel medyczny. Jednocześnie, Przedsiębiorca nie wykazał, aby w spotkaniach brała udział osoba należąca do personelu medycznego (tj. pielęgniarka).

W ocenie Prezesa Urzędu błędne przekonanie konsumenta odnośnie brania udziału w spotkaniu informacyjnym osoby należącej do personelu medycznego (tj. pielęgniarki), która ma pomóc w wyborze odpowiedniego zabiegu, może wpłynąć na decyzję konsumenta dotyczącą ewentualnego uczestniczenia w tym spotkaniu. Należy bowiem zauważyć, że pielęgniarka wykonująca zawód zaufania publicznego może wzbudzać wśród konsumentów większe zaufanie, niż specjalista do spraw sprzedaży. *Zawody zaufania publicznego to zawody, w których pomyślność powszechna i dobro społeczne są powierzone pewnej grupie zawodowej, a w związku z tym wymagają one wysokiego poziomu etycznego. [...] Relacje między wykonującymi zawód a ich odbiorcami cechuje pewien stosunek zaufania, poświadczony przez prawo karne oraz przez pewne przywileje w postępowaniu administracyjnym. Osoby wykonujące takie zawody podlegają swoistym kodeksom deontologicznym. Działają one w interesie publicznym i dla ochrony pewnych dóbr publicznych.*<sup>12</sup> Dodatkowo, przekazywane przez konsultanta informacje dotyczące udziału w spotkaniu osoby wykonującej taki zawód oraz możliwości wykonania podczas spotkania bezpłatnych badań i zabiegów rehabilitacyjnych/leczniczych, których wyniki omawiane są indywidualnie w formie konsultacji medycznych, mogą wywołać u przeciętnego konsumenta błędne przekonanie, iż jest on zapraszany na spotkanie promocyjne podmiotu zajmującego się realizacją świadczeń medycznych, co również może wpłynąć na jego decyzję odnośnie uczestnictwa w spotkaniu.

Wobec powyższego w ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowe działanie Spółki narusza art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

## Ad B

### Działanie opisane w pkt I.2 sentencji decyzji

Z materiału zgromadzonego w sprawie wynika, że Przedsiębiorca w wielu przypadkach odmawiał konsumentom realizacji prawa odstąpienia od umowy świadczenia usług medycznych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa ze względu na uprzednio złożone przez konsumentów oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia od tej umowy oraz o wyrażeniu zgody na natychmiastowe rozpoczęcie świadczenia usług wynikających z tej umowy. Jak wynika z wyjaśnień Spółki zawartych w piśmie z 17 sierpnia 2015 r. *Spółka nie odmawiała konsumentom realizacji przysługującego im, zgodnie z art. 2 ust. 1 Ustawy [ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów - przyp. aut.], prawa do odstąpienia od umowy, chyba że konsumenci Ci zrzekli się z własnej inicjatywy w drodze jednostronnych oświadczeń, przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy*. Natomiast w odpowiedziach na złożone przez konsumentów, którzy zrzekli się prawa odstąpienia od umowy, oświadczenia o odstąpieniu od umowy Przedsiębiorca przekazywał m.in. następujące informacje: [\*\*\*] (k. 802, k. 841).

---

<sup>12</sup> Joanna Smarż, Definiowanie pojęcia "zawód zaufania publicznego". Teza nr 2, LEX nr 168500/2

Jak wykazano powyżej (uzasadnienie do praktyki Spółki opisanej w pkt I.1 sentencji decyzji), z uwagi na treść art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, niedopuszczalne jest zrzeczenie się w drodze pisemnego, jednostronnego oświadczenia woli złożonego przez konsumenta, prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W myśl natomiast art. 2 ust. 1 i 3 ww. ustawy konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

Wobec powyższego w ocenie Prezesa Urzędu, działanie Przedsiębiorcy polegające na odmawianiu realizacji prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się tego prawa oraz o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych wynikających z umowy przed upływem 10-dniowego terminu narusza art. 2 ust. 1 i 3 w zw. z art. 17 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

### **Stwierdzenie zaniechania stosowania przez Medforlife Opieka Abonamentowa praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**

Zgodnie z art. 27 ust. 1-3 uokik, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania. Ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów spoczywa na przedsiębiorcy. Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania praktyk opisanych w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji z dniem 25 maja 2014 r.

W pkt I sentencji Prezes Urzędu zarzucił Przedsiębiorcy stosowanie praktyk sprzecznych z ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów. W dniu 25 grudnia 2014 r. ustawa ta została uchylona. W związku z tak sformułowanymi zarzutami Prezes Urzędu zobowiązany był do stwierdzenia zaniechania stosowania praktyk określonych w pkt I sentencji z dniem 25 grudnia 2014 r.

W tym miejscu należy dodać, iż w toku postępowania wyjaśniającego pismem z dnia 1 października 2015 r. Spółka złożyła wyjaśnienia, z których wynika, że od dnia 25 grudnia 2014 r. Medforlife Opieka Abonamentowa nie zawiera z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa umów dotyczących świadczenia usług medycznych. Spółka obsługuje swoich pacjentów i pacjentów, którzy wykupili pakiet opieki medycznej. (k.972) Zgodnie z art. 27 ust. 3 uokik ciężar udowodnienia, iż praktyka została zaniechana, spoczywa na przedsiębiorcy. W ocenie Prezesa złożenie samego oświadczenia co do faktu zaprzestania zawierania z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa umów dotyczących świadczenia usług medycznych jest niewystarczającym dowodem, by stwierdzić zaniechanie stosowania zarzucanych Medforlife Opieka Abonamentowa praktyk. Jednocześnie, w toku przedmiotowego postępowania Przedsiębiorca nie poparł przedmiotowego oświadczenia żadnymi dowodami.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

### **Środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów**

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 7 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw oraz na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 7 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazane w rozstrzygnięciu środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik, w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 27 ust. 4 uokik, przepis art. 26 ust. 2 uokik stosuje się odpowiednio w przypadku decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania. Należy wskazać, że katalog środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest przykładowy. W związku z tym Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę inne niż wymienione w ustawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia, które są adekwatne do rodzaju stwierdzonego naruszenia oraz skutków, które naruszenie wywołało.

### *Środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów określone w pkt III niniejszej decyzji*

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków naruszenia polegającego na odmawianiu konsumentom będącym stroną zawartej z Medforlife Opieka Abonamentowa poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych, realizacji prawa odstąpienia od umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy. W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji trwają skutki stosowanej przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Każdy bowiem konsument dotknięty praktyką, na skutek działania Medforlife Opieka Abonamentowa został niejako „zmuszony” przez Spółkę do pozostania stroną zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy o świadczenie usług medycznych i ponoszenia z tego tytułu kosztów. Na skutek zakwestionowanych działań Spółki, konsumenci dotknięci praktyką znajdują się w odmiennej sytuacji rynkowej w porównaniu do sytuacji, w której znaleźliby się, gdyby Przedsiębiorca uwzględnił złożone przez nich zgodnie z art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Jednocześnie skutki naruszenia nie zostały dotychczas przez Spółkę w żaden sposób usunięte.

Decydując o nałożeniu środków zmierzających do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu, wyodrębnił grupę konsumentów, którym środki te na mocy niniejszej decyzji będą przysługiwać. Grupę tę stanowią wszyscy

konsumenci, którym Spółka odmówiła realizacji prawa odstąpienia od umowy z uwagi na uprzednio złożone oświadczenie o zrzeczeniu się prawa odstąpienia lub o wyrażeniu zgody na rozpoczęcie świadczenia usług medycznych przez Przedsiębiorcę przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

W ramach ww. grupy osób Prezes Urzędu uwzględnił odmienną sytuację tych, którzy w dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji nadal będą pozostawali stroną łączącej ich ze Spółką umowy oraz tych, którzy w dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji nie będą już stroną takiej umowy. Biorąc pod uwagę odmienną sytuację ww. grup konsumentów, Prezes Urzędu uznał, że środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów powinny przyjąć różny charakter.

Za najbardziej adekwatny do stwierdzonego naruszenia środek Prezes Urzędu uznał - w przypadku konsumentów, którzy w dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji nadal będą stroną łączącej ich ze Spółką umowy - obowiązek uwzględnienia przez Medforlife Opieka Abonamentowa oświadczeń o odstąpieniu od umów o świadczenie usług medycznych. Uwzględnienie oświadczeń o odstąpieniu od umowy skutkować będzie koniecznością realizacji prawa odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Jak wynika z art. 2 ust. 3 ww. ustawy w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.

W odmiennej sytuacji znajdują się ci konsumenci, którzy w dniu uprawomocnienia się niniejszej decyzji nie będą już stroną łączącej ich ze Spółką umowy. W związku z tym, iż w dniu uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji osoby należące do tej grupy konsumentów nie będą już związane ze Spółką umową, ich prawo do odstąpienia od umowy, pomimo złożonego na podstawie art. 2 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oświadczenia o odstąpieniu, stanie się bezprzedmiotowe. W związku z brakiem możliwości realizacji przedmiotowego prawa, za najbardziej odpowiedni środek usunięcia naruszenia Prezes Urzędu uznał zwrot całości należności uiszczonych Spółce w związku z realizacją umowy.

W obu powyższych przypadkach wysokość zwracanych konsumentom należności uzależniona będzie od indywidualnej sytuacji każdego konsumenta. Należności za świadczone usługi określone były bowiem przez Spółkę indywidualnie z każdym konsumentem, a wpływ na ich wysokość miał m.in. okres obowiązywania umowy. Przy czym, w ocenie Prezesa Urzędu nie ma znaczenia przy określaniu wysokości kwoty należnej do zwrotu to, czy konsumenci, w stosunku do których praktyka została zastosowana, w okresie związania umową korzystali z usług medycznych będących jej przedmiotem, czy też nie. Skoro bowiem Przedsiębiorca decyduje się na kontynuowanie stosunku umownego, pomimo odstąpienia przez konsumenta - na podstawie w art. 2 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów - od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien liczyć się z negatywnymi konsekwencjami takiej decyzji.

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożone na Spółkę środki w opisanym powyżej kształcie pozostają w korelacji do przypisanego Spółce naruszenia i zmiernają do usunięcia trwających skutków naruszenia. Powyższy obowiązek Medforlife Opieka Abonamentowa jest zobowiązana wykonać w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.



Aby zapewnić skuteczność wywiązania się z obowiązków usunięcia przez Medforlife Opieka Abonamentowa trwających skutków naruszenia opisanego w pkt. I.2 sentencji decyzji, niezbędne jest również to, aby konsumenci, którzy zostali objęci ww. praktyką, mogli się o takim obowiązku przedsiębiorcy (a w konsekwencji o skorelowanych z nim uprawnieniach) dowiedzieć i wystąpić do niego ze stosownym wnioskiem. W tym celu Prezes Urzędu nałożył na Spółkę odpowiednie obowiązki informacyjne mające na celu poinformowania konsumentów o przysługujących im uprawnieniach, a także o sposobie wnioskowania o zwrot należności. Prezes Urzędu w pkt. III.3 nałożył na Medforlife Opieka Abonamentowa obowiązek poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt III.1 i III.2 niniejszej decyzji, o przysługujących im uprawnieniach poprzez:

- a) skierowanie - w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do wskazanej w niniejszej decyzji grupy konsumentów sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o przysługujących im uprawnieniach określonych w pkt III.1 i III.2 niniejszej decyzji oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w tym o konieczności wskazania przez konsumenta sposobu realizacji zwrotu przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. (przelewem bankowym lub przekazem pocztowym) kwot wynikających z rozliczenia dokonanego w związku z odstąpieniem przez konsumenta od umowy o świadczenie usług medycznych; przy czym czas na dokonanie przez konsumenta tych czynności nie może być krótszy niż 1 (jeden) miesiąc od dnia doręczenia konsumentowi pisemnej informacji;
- b) publikację na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl)) w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, informacji o przysługujących wskazanej w niniejszej decyzji grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

Czynności, o których mowa w pkt III.3.a), które będzie musiał podjąć konsument w celu poinformowania Spółki o woli skorzystania z przysługujących mu uprawnień tj. żądania uwzględnienia oświadczenia o odstąpieniu od umowy o świadczenie usług medycznych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa z Medforlife Opieka Abonamentowa lub zwrotu należności uiszczonych Spółce w związku z zawartą umową, nie powinny być z jego punktu widzenia czynnościami nadmiernie skomplikowanymi, wymagającymi podjęcia dużej ilości działań. Czynności te powinny sprowadzać się do przekazania Spółce oświadczenia woli przez konsumenta w możliwie prostej formie, wraz ze wskazaniem - w przypadku konieczności dokonania przez Spółkę zwrotu kwoty pieniężnej - numeru konta bankowego bądź adresu, pod który Spółka może skierować przekaz pocztowy. Przy określaniu sposobu, w jaki konsument będzie mógł poinformować Spółkę o swojej decyzji, Spółka powinna uwzględnić zróżnicowanie kanałów komunikacyjnych wykorzystanych przez konsumentów (Internet, infolinia, poczta), przy czym - w celu uniknięcia wątpliwości - w przypadku żądań kierowanych listownie - o zachowaniu terminu na zgłoszenie żądania powinna decydować data nadania przesyłki przez konsumenta.

Nakładając na Spółkę obowiązek, o którym mowa w pkt III.3.b) rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu miał na względzie możliwe trudności związane ze skutecznym

poinformowaniem konsumentów o przysługujących im uprawnieniach wyłącznie przy wykorzystaniu instrumentów określonych w pkt III.3.a) (np. możliwość zagubienia przesyłki; przypadek, w którym konsument zmienił miejsce zamieszkania). Tym samym zobowiązanie Spółki do publikacji informacji o przysługujących konsumentom uprawnieniach na stronie internetowej Spółki ma na celu zapewnienie, że każdy konsument poszkodowany praktyką Spółki otrzyma informację o przysługujących mu uprawnieniach.

*Środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów określone w pkt IV niniejszej decyzji*

Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków naruszenia polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd, w związku z zawieraniem poza lokalem przedsiębiorstwa przez Spółkę umowami o świadczenie usług medycznych, co do cech świadczonej usługi poprzez stosowanie we wzorcach umów o świadczenie usług medycznych i w dokumencie o nazwie Warunki Udzielania Świadczeń Zdrowotnych, postanowień sugerujących jakoby Spółka samodzielnie realizowała w należących do niej przychodniach lub placówkach medycznych świadczenia zdrowotne oferowane w ramach zawieranych z konsumentami umów świadczenia usług medycznych, podczas gdy w rzeczywistości Spółka nie prowadzi własnych przychodni lub placówek medycznych, a świadczenia te realizowane są wyłącznie przez podmioty współpracujące ze Spółką na podstawie umów o udzielanie świadczeń medycznych. W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji trwają skutki stosowanej przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Każdy bowiem konsument, który został dotknięty praktyką może nadal pozostawać w błędnym przekonaniu, iż Przedsiębiorca samodzielnie realizuje świadczenia zdrowotne w należących do niego placówkach medycznych. Ponadto, w sytuacji gdy w wyniku kwestionowanego działania Medforlife Opieka Abonamentowa konsument zawarł ze Spółką umowę o świadczenie usług medycznych, pozostaje on stroną tej umowy i uiszcza należności z niej wynikające. Zatem konsumenci, którzy na skutek stosowanej praktyki Spółki zawarli z nią umowy o świadczenie usług medycznych znajdują się w odmiennej sytuacji rynkowej w porównaniu do tej, w której mogliby się znaleźć, gdyby Przedsiębiorca zawarł w stosowanych wzorcach umów prawdziwe informacje dotyczące cech świadczonej usługi. Jednocześnie skutki naruszenia nie zostały dotychczas przez Spółkę w żaden sposób usunięte.

Spośród konsumentów dotkniętych kwestionowaną praktyką Prezes Urzędu wyodrębnił tych, wobec których zostaną zastosowane środki usunięcia trwających skutków naruszenia. Skutkiem praktyki wprowadzającej w błąd może być potencjalne lub realne istotne zniekształcenie zachowania rynkowego konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu określając krąg konsumentów objętych środkami usunięcia trwających skutków naruszenia należy odróżnić sytuację tych konsumentów, których zachowanie rynkowe na skutek działań Spółki zostało faktycznie zniekształcone od sytuacji tych, których zachowanie rynkowe mogło zostać potencjalnie zniekształcone. Pierwsza grupa konsumentów w wyniku stosowanej przez Spółkę praktyki zawarła z Medforlife Opieka Abonamentowa umowę o świadczenie usług medycznych i zobowiązana jest do ponoszenia kosztów z niej wynikających. Druga zaś grupa konsumentów mogła potencjalnie zawrzeć taką umowę, lecz faktycznie jej nie zawarła. Prezes Urzędu uznał za zasadne objęcie środkami usunięcia naruszenia tej grupy konsumentów, w stosunku do której skutki stosowanej praktyki są najdalej idące, w tym przede wszystkim mają realny wymiar ekonomiczny w postaci związania umową i obowiązku ponoszenia kosztów z niej wynikających. Do grupy tej należy zatem zaliczyć

każdego konsumenta, który zawarł ze Spółką poza lokalem przedsiębiorstwa umowę o świadczenie usług medycznych, o ile złożył do Medforlife Opieka Abonamentowa w terminie od dnia zawarcia przedmiotowej umowy do dnia wydania niniejszej decyzji skargę dotyczącą praktyki opisanej w pkt. II.1 sentencji decyzji.

Pod pojęciem skargi należy rozumieć:

1. wszelkie pisma konsumentów skierowane do Medforlife Opieka Abonamentowa,
2. pisma organów posiadających kompetencje do występowania w imieniu konsumenta, np. miejskich (powiatowych) rzeczników konsumentów, organizacji konsumenckich, występujących do Medforlife Opieka Abonamentowa w interesie konsumentów,
3. skargi konsumentów znajdujące się w aktach prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowania o sygn. DDK-61-15/15,

dotyczące praktyki opisanej w pkt. II.1 sentencji decyzji.

W ocenie Prezesa Urzędu złożenie przez konsumenta do Spółki skargi na działania opisane w pkt. II.1 sentencji wskazuje, iż działania te miały istotny wpływ na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej zawarcia ze Spółką umowy o świadczenie usług medycznych. Zakreślony natomiast przez Prezesa Urzędu termin na złożenie przedmiotowej skargi tj. od dnia zawarcia umowy do dnia wydania niniejszej decyzji ma na celu objęcie środkami usunięcia trwających skutków przedmiotowej praktyki wszystkich konsumentów nią dotkniętych i wyłączenie tych, którzy po dniu wydania niniejszej decyzji mogliby złożyć ww. skargę wyłącznie z uwagi na rozstrzygnięcie zawarte w pkt. IV sentencji.

Za najbardziej odpowiedni do usunięcia stwierdzonego naruszenia środek Prezes Urzędu uznał obowiązek wypłaty konsumentom kwoty 300 zł. Prezes Urzędu dokonał analizy treści umów o świadczenie usług medycznych przekazanych przez Spółkę w toku postępowania wyjaśniającego. Przedmiotowa analiza wykazała, że najwyższe wynagrodzenie za świadczenia zdrowotne oferowane w ramach umowy wynosi [\*\*\*], najniższe natomiast [\*\*\*]. Umowy zawierane były ze Spółką na okres 12, 24, 36 albo 48 miesięcy. Określona przez Prezesa Urzędu kwota 300 zł stanowi [\*\*\*]. W ocenie Prezesa Urzędu względy słuszności, a w szczególności wskazany powyżej fakt, iż kwestionowaną praktyką została dotknięta szczególna grupa konsumentów tj. osoby starsze, przemawiają za tym, aby nałożyć na Przedsiębiorcę obowiązek zwrócenia każdemu konsumentowi kwoty [\*\*\*] niezależnie od okresu na jaki umowa została zawarta oraz wynagrodzenia w niej określonego.

Powyższy obowiązek Medforlife Opieka Abonamentowa jest zobowiązana wykonać w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Aby zapewnić skuteczność wywiązania się z obowiązków usunięcia przez Medforlife Opieka Abonamentowa trwających skutków naruszenia opisanego w pkt. II.1 sentencji decyzji, niezbędne jest również to, aby konsumenci, którzy zostali objęci ww. praktyką mogli się o takim obowiązku Przedsiębiorcy dowiedzieć i wystąpić do niego z odpowiednim wnioskiem. W tym celu Prezes Urzędu nałożył na Spółkę odpowiednie obowiązki informacyjne mające na celu poinformowania konsumentów o przysługujących im uprawnieniach, a także o sposobie wnioskowania o zwrot określonej kwoty. Prezes Urzędu w pkt. IV.2 nałożył na Medforlife Opieka Abonamentowa obowiązek poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt IV.1 niniejszej decyzji o przysługujących im uprawnieniach poprzez:

- a) skierowanie - w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do wskazanej w niniejszej decyzji grupy konsumentów sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o przysługujących im uprawnieniach określonych w pkt. IV.1 niniejszej decyzji oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w tym o konieczności wskazania przez konsumenta sposobu realizacji wypłaty przez Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o. (przelewem bankowym lub przekazem pocztowym) wskazanej kwoty; przy czym czas na dokonanie przez konsumenta tych czynności nie może być krótszy niż 1 (jeden) miesiąc od dnia doręczenia konsumentowi pisemnej informacji;
- b) publikację na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl)) w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, informacji o przysługujących wymienionej grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi dokonać konsument w celu ich realizacji, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

Czynności, o których mowa w pkt IV.2.a), które będzie musiał podjąć konsument w celu poinformowania Spółki o woli skorzystania z przysługujących mu uprawnień tj. wypłaty kwoty 300 zł, nie powinny być z jego punktu widzenia czynnościami nadmiernie skomplikowanymi, wymagającymi podjęcia dużej ilości działań. Czynności te powinny sprowadzać się do przekazania Spółce oświadczenia woli przez konsumenta w możliwie prostej formie, wraz ze wskazaniem - w przypadku konieczności dokonania przez Spółkę zwrotu kwoty pieniężnej - numeru konta bankowego bądź adresu, pod który Spółka może skierować przekaz pocztowy. Przy określaniu sposobu, w jaki konsument będzie mógł poinformować Spółkę o swojej decyzji, Spółka powinna uwzględnić zróżnicowanie kanałów komunikacyjnych wykorzystanych przez konsumentów (Internet, infolinia, poczta), przy czym - w celu uniknięcia wątpliwości - w przypadku żądań kierowanych listownie - o zachowaniu terminu na zgłoszenie żądania powinna decydować data nadania przesyłki przez konsumenta.

Nakładając na Spółkę obowiązek, o którym mowa w pkt IV.2.b) rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu miał na względzie możliwe trudności związane ze skutecznym poinformowaniem konsumentów o przysługujących im uprawnieniach wyłącznie przy wykorzystaniu instrumentów określonych w pkt IV.2.a) (np. możliwość zagubienia przesyłki, przypadek, w którym konsument zmienił miejsce zamieszkania lub numer telefonu). Tym samym zobowiązanie Spółki do publikacji informacji o przysługujących konsumentom uprawnieniach na stronie internetowej Spółki ma na celu zapewnienie, że każdy konsument poszkodowany praktyką Spółki otrzyma informację o przysługujących mu uprawnieniach.

*Środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów określone w pkt V niniejszej decyzji - obowiązek publikacji decyzji*

Ponadto Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek publikacji wersji jawnej niniejszej decyzji w całości, na koszt Medforlife Opieka Abonamentowa, na oficjalnej stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona

internetowa [www.medforlife.pl](http://www.medforlife.pl)), w ciągu 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

W ocenie Prezesa Urzędu nałożony na Spółkę obowiązek publikacyjny zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentów - również tych niebędących stroną umowy zawartej ze Spółką, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniach Medforlife Opieka Abonamentowa uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Jednocześnie ma ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i zastosowania podobnych praktyk muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt V rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Niezależnie od powyższego należy podkreślić, iż nałożenie na Przedsiębiorcę konieczności usunięcia trwających skutków naruszenia **nie stanowi przeszkody dla konsumentów do dochodzenia naprawienia szkody (w tym odsetek oraz utraconych korzyści) od Medforlife Opieka Abonamentowa na drodze sądowej lub pozasądowej.** W chwili uprawomocnienia się niniejszej decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia przez indywidualnych konsumentów roszczeń na podstawie art. 12 upnpr, w czym także przejawia się jej walor praktyczny.

#### **Koszty postępowania**

Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, 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 kpa, 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 kpa 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 pkt I i II rozstrzygnięcia 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 ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 89,90 zł (słownie: osiemdziesiąt dziewięć złotych dziewięćdziesiąt groszy).

**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.**

## POUCZENIE

Na podstawie art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zw. z art. 3 i art. 11 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 1822) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie VI niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 1822) i art. 264 § 2 kpa, w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie 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.

z up. PREZESA  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
DYREKTOR  
Departamentu Ochrony Interesów Konsumentów  
Łukasz Wroński

### Otrzymuje:

1. Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o.  
ul. Biezuńska 1  
03-578 Warszawa
2. Medforlife Opieka Abonamentowa sp. z o.o.  
ul. Płowiecka 3  
04-501 Warszawa
3. a/a