



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

DOZiK-610-5/18/ZG/MS

Warszawa, 9 czerwca 2020

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

DECYZJA nr DOZiK 5/2020

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: Medical M2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieinformowanie w telefonicznych oraz pisemnych zaproszeniach na spotkania organizowane przez ww. przedsiębiorcę o handlowym celu praktyki, tj. możliwości zawarcia na zorganizowanym spotkaniu umowy sprzedaży pakietu medycznego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 30 grudnia 2017 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: Medical M2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd, poprzez informowanie, przed przedstawieniem im oferty sprzedaży pakietu medycznego, o ich złym stanie zdrowia w oparciu o wyniki uzyskane metodą badań o nazwie pulsoksymetria HRS, na podstawie których nie można jednoznacznie stwierdzić przyczyn odchylenia od norm wskazanych w tych wynikach, a tym samym dokonać oceny stanu zdrowia konsumenta, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 30 grudnia 2017 r.

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Centrum Medyczne

Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: Medical M2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegające na stosowaniu wobec konsumentów przy zawieraniu umowy sprzedaży pakietu medycznego oferowanego przez ww. przedsiębiorcę niedopuszczalnego nacisku polegającego na ponagłaniu konsumentów w podpisywaniu ww. umowy oraz stwarzaniu warunków uniemożliwiających im zapoznanie się z jej treścią, co może ograniczać zdolność konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zawieranej umowy, a przez to stanowi agresywną praktykę rynkową w rozumieniu art. 8 ust. 1 w zw. z art. 8 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 30 grudnia 2017 r.

IV. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: Medical M2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie) polegającą na zawarciu w umowie sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 38 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do oferowanej przez przedsiębiorcę umowy o zakup pakietu medycznego, co narusza art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 683, ze zm.) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 30 grudnia 2017 r.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r., poz. 2096, ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciąża się Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dawniej: Medical M2 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 **112,20 zł** (słownie: sto dwanaście złotych i dwadzieścia groszy) w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) otrzymał od Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie, wraz załączonymi skargami konsumentów, zawiadomienie wskazujące na nieprawidłowości związane ze sposobem zawierania umów sprzedaży pakietu medycznego, oferowanego przez podmiot o nazwie Medical M2 sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (obecnie: Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie; dalej: „Spółka”). W związku z powyższym Prezes Urzędu przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z praktykami stosowanymi przez Spółkę mogło dojść do naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. DDK-405-1/17/ZG). W toku postępowania wyjaśniającego Spółka kilkakrotnie przedstawiła swoje stanowisko odnoszące się do postawionych jej zarzutów w którym

wskazywała, że jej działania nie naruszają przepisów prawa. Niemniej Prezes Urzędu zgromadził materiał dowodowy, w szczególności liczne skargi konsumentów, których analiza dała podstawę do wszczęcia postanowieniem z dnia 6 lipca 2018 r. postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w punktach I-IV sentencji niniejszej decyzji. Spółkę zawiadomiono o wszczętym postępowaniu oraz zaliczeniu w poczet dowodów materiałów zgromadzonych w postępowaniu wyjaśniającym.

Spółka w odpowiedzi na wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów złożyła wniosek dowodowy z dnia 12 lutego 2019 r., którym wniosła o przesłuchanie powołanych w nim świadków, w tym członków zarządu Spółki oraz jej pracowników, na okoliczność sposobu zawierania umów, sposobu pozyskiwania pacjentów medycznych, informacji przekazywanych pacjentowi w trakcie rozmów telefonicznych, braku oceny stanu zdrowia konsumentów, sposobu wykorzystywania urządzenia o nazwie pulsoksymetr, informacji przekazywanych w trakcie podpisywania umów, przekazywania informacji o możliwości zawarcia umowy na spotkaniu.

W uzasadnieniu powyżej wspomnianego wniosku Spółka ustosunkowała się do przedstawionych przez Prezesa Urzędu zarzutów wskazując, że podtrzymuje swoje dotychczasowe stanowisko wyrażone na etapie postępowania wyjaśniającego, zawarte w pismach z dnia 16 stycznia 2017 r., 17 lutego 2017 r., 23 czerwca 2017 r. Zgodnie ze stanowiskiem Spółki w jej dotychczasowej działalności nie miały miejsca sytuacje, w stosunku do których można byłoby postawić zarzuty wskazane w punktach I-IV sentencji niniejszej decyzji. Spółka wskazała, że nie wprowadzała konsumentów w błąd. Zdaniem Spółki wszelkie informacje były przekazywane w sposób zrozumiały - *„konsultanci wielokrotnie upewniali się czy konsument rozumie sytuację, w której się znajduje, czy zdaje sobie sprawę z obowiązków wynikających z zawarcia umowy czy też kilkakrotnie wyjaśniali każdemu z nich treść umowy i poszczególne zapisy”*. Odnosząc się do procesu zapraszania konsumentów przez telefon na badania Spółka wskazała, że w jego ramach przekazywano informację o tym, iż na organizowanym przez nią spotkaniu będzie przedstawiana oferta umowy sprzedaży pakietu medycznego - *„konsument wiedział o tym, że będzie można zawrzeć umowę. Takie same informacje pojawiały się w komunikatach kierowanych do konsumentów w trakcie rozmów telefonicznych”*. Spółka również zaprzeczyła aby wprowadzała w błąd konsumentów co do ich stanu zdrowia, niemniej przyznała, że z wykonywanego przez jej pracowników pomiaru dokonanego za pomocą badań metodą o nazwie pulsoksymetria HRS nie da się wywieść czy badany konsument jest chory. Jednocześnie Spółka oddała, iż jej pracownicy przeprowadzający badania nie mają wykształcenia medycznego. Spółka nie zgodziła się także z kolejnym zarzutem tj. stosowaniem wobec konsumentów przy zawieraniu umowy sprzedaży pakietu medycznego niedopuszczalnego nacisku. Jak wskazała: *„Podczas spotkania konsument jest zapoznawany z treścią umowy, rodzajem i zakresem oferty, jak również przeprowadzane są z nim konsultacje. Nie jest zatem możliwe, aby konsument nie był poinformowany o tym co podpisuje, za co płaci oraz w jakich okolicznościach może z usług zrezygnować. Nie jest zatem stawiany przed faktem dokonanym, zmuszany lub w inny sposób zaskakiwany koniecznością zawarcia umowy”*.

Odnosząc się do wnioskowanego przez Spółkę dowodu Prezes Urzędu, oceniając celowość jego dopuszczenia uznał, iż w niniejszej sprawie nie zachodzi konieczność przesłuchania w charakterze świadków osób w nim wymienionych na wskazane okoliczności. W ocenie Prezesa Urzędu zeznania osób związanych ze Spółką, w szczególności przesłuchanie członków jej zarządu, nie wniosłyby niczego nowego do sprawy. Spółka odnosiła się już do wskazanych we wniosku okoliczności przedstawiając swoje stanowisko w sprawie, zarówno na etapie postępowania wyjaśniającego, pismami z dnia 16 stycznia 2017 r., 17 lutego 2017 r., 23 czerwca 2017 r., jak również w powyższym przytoczonym uzasadnieniu przedmiotowego wniosku dowodowego. W związku z powyższym w ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowy

wniosek Spółki został zgłoszony jedynie w celu przedłużenia prowadzonego postępowania, a jego uwzględnienie nie przyczyniłoby się do wyjaśnienia istotnych w rozpatrywanej sprawie okoliczności. Mając na względzie powyższe Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 21 marca 2019 r. oddalił przedmiotowy wniosek dowodowy.

Pismem z dnia 5 kwietnia 2019 r. Prezes Urzędu zwrócił się do Naczelnika Urzędu Skarbowego Warszawa - Praga o przekazanie poświadczonej przez organ kopii zeznania o wysokości dochodu (straty) osiągniętego przez Spółkę w roku podatkowym 2018 lub o podanie wysokości przychodu osiągniętego przez Spółkę w tym okresie. W odpowiedzi z dnia 15 kwietnia 2019 r. Naczelnik Pierwszego Urzędu Skarbowego wskazał, że nie odnotował wpływu zeznań podatkowych o wysokości dochodu (poniesionej straty) Spółki.

Pismem z dnia 22 maja 2019 r. Prezes Urzędu wezwał Spółkę do wskazania osiągniętego przez nią obrotu w 2018 r. Spółka w piśmie z dnia 11 czerwca 2019 r. oświadczyła, iż zaprzestała prowadzenia swojej działalności z dniem 30 grudnia 2017 r. w związku z tym w 2018 r. nie osiągnęła żadnego obrotu.

Następnie Prezes Urzędu, pismem z dnia 5 lipca 2019 r., oraz z dnia 8 sierpnia 2019 r. wezwał Spółkę do wskazania średniego obrotu osiągniętego w trzech ostatnich latach obrotowych. Pierwsze wezwanie nie zostało podjęte w wyznaczonym przez operatora pocztowego terminie. Natomiast drugie zostało skutecznie doręczone Spółce w dniu 20 sierpnia 2019 r., niemniej Prezes Urzędu nie otrzymał na nie odpowiedzi. Pismem z dnia 23 stycznia 2020 r. Prezes Urzędu ponownie zwrócił się do Spółki o wskazanie obrotu osiągniętego przez nią w 2019 r. Pismo to również nie zostało odebrane w wyznaczonym terminie.

W celu ustalenia średniego obrotu Spółki osiągniętego w trzech ostatnich latach obrotowych Prezes Urzędu pismem z dnia 21 października 2019 r. ponownie zwrócił się do Naczelnika Urzędu Skarbowego Warszawa - Praga o przekazanie poświadczonej przez organ kopii zeznania o wysokości dochodu (straty) osiągniętego przez Spółkę w latach podatkowych 2016, 2017 oraz 2019. Pismem z dnia 5 grudnia 2019 r. Naczelnik Pierwszego Urzędu Skarbowego poinformował, iż jedynie odnotował wpływ zeznania podatkowego Spółki za rok podatkowy 2016 r. w którym Spółka wykazała przychód w wysokości [*****] zł.

Pismem z 16 marca 2020 r. Prezes Urzędu skierował do Spółki zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego.

W dniu 8 kwietnia 2020 r. do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów została doręczona podwójnie awizowana w dniach 19 marca 2020 r. oraz 27 marca 2020 r. przesyłka, zawierająca powyższe zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, adresowana do Spółki na adres ujawniony w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego aktualny na dzień wysłania pisma, tj. ul. Kijowska 11, 03-743 Warszawa. Zgodnie z art. 45 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 256; ze zm., dalej: „kpa”) jednostkom organizacyjnym i organizacjom społecznym pisma doręcza się w lokalu ich siedziby do rąk osób uprawnionych do odbioru pism, a przepis art. 44 kpa stosuje się odpowiednio. Stosownie do art. 44 § 4 kpa doręczenie uważa się za dokonane z upływem ostatniego dnia okresu, w którym operator pocztowy doręczający pismo przechowywał je w swojej placówce. Mając na uwadze treść art. 44 § 4 w zw. z art. 45 kpa oraz art. 83 uokik, doręczenie zawiadomienia o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego, zostałyby uznane za skuteczne z końcem dnia 3 kwietnia 2020 r.

Należy wskazać, że w dniu 31 marca 2020 r. wszedł w życie art. 15z ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych

nimi sytuacji kryzysowych (Dz.U. z 2020 r., poz. 568), który zawiesił w tym dniu bieg terminów w postępowaniach administracyjnych.

Niniejszą przesyłkę powtórnie awizowano w dniu 27 marca i od tego dnia zaczął biec 7 dniowy termin na jej odebranie, niemniej jednak z uwagi na powyższą regulację termin ten został zawieszony z dniem 31 marca 2020 r.

Następnie art. 68 pkt 7 ustawy z dnia 15 maja 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w zakresie działań osłonowych w związku z rozprzestrzenieniem się wirusa SARS-CoV-2 (Dz. U. z 2020 r. poz. 875) odwiesił terminy wynikające z kodeksu postępowania administracyjnego wskazując, iż terminy te będą dalej po upływie 7 dni od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy¹. Niniejsza ustawa weszła w życie w dniu 16 maja 2020 r.

W konsekwencji zawieszony termin na odebranie niniejszej przesyłki biegł dalej począwszy od dnia 24 maja 2020 r. w związku z tym przesyłkę należy uznać za skutecznie doręczoną z końcem dnia 27 maja 2020 r.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy pod numerem KRS: 0000621777. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi aktualnemu z KRS, Spółka została zarejestrowana w dniu 07 lutego 2016 r. Spółka jeszcze przed wszczęciem postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zmieniła swoją nazwę z Medical M2 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością na Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Natomiast z informacji znajdujących się w rejestrze podmiotów leczniczych prowadzonym przez Wojewodę Mazowieckiego wynika, że Spółka od dnia 30 marca 2017 r. jest wpisana do przedmiotowego rejestru pod numerem 000000191296 (dowód: karta nr 8, 423, 433 akt adm.).

Postępując się nazwą Medical M2 lub Natural Medical, Spółka prowadziła działalność gospodarczą polegającą na organizowaniu spotkań z konsumentami, na których oferowała im możliwość zawarcia umowy sprzedaży pakietu medycznego, w zakresie którego organizowała konsumentom dostęp do poszczególnych świadczeń opieki zdrowotnej. Na organizowanych przez Spółkę spotkaniach przeprowadzane były bezpłatne badania układu krążenia metodą o nazwie pulsoksymetria HRS oraz prelekcje odnoszące się do tematyki zdrowia (dowód: karta 115, 127, 355-358 akt adm.). Spotkania z konsumentami, na których Spółka zawierała umowy odbywały się zarówno w lokalu przedsiębiorstwa, jak i poza lokalem przedsiębiorstwa w wynajętych w tym celu miejscach (dowód: karta nr 127, 313 akt adm.). Spółka oświadczyła, że od początku jej działalności do dnia 23 czerwca 2017 r. zawarła ona około [*****] umów z konsumentami (dowód: karta nr 237 akt adm.). W ramach sprzedawanego przez nią pakietu część świadczeń zdrowotnych Spółka realizowała samodzielnie, a w zakresie pozostałych korzystała z podmiotów zewnętrznych, na dowód czego przekazała podpisane z jej kontrahentami umowy dotyczące współpracy w zakresie świadczeń zdrowotnych (dowód: karta nr 115, 127, 173-212 akt adm.). Samodzielnie realizowane przez nią usługi to masaż kręgosłupa, magnetoterapia, detoksykacja, elektroterapia, światłolecznictwo, konsultacje zielarskie oraz dietetyczne. Natomiast pozostałe w ramach pakietu medycznego świadczenia zdrowotne, w szczególności

¹ Art. 68 pkt. 7 ustawy z dnia 15 maja 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w zakresie działań osłonowych w związku z rozprzestrzenieniem się wirusa SARS-CoV-2: Terminy w postępowaniach, o których mowa w art. 15zsz ustawy zmienianej w art. 46, których bieg uległ zawieszeniu na podstawie art. 15zsz tej ustawy, będą dalej po upływie 7 dni od dnia wejścia w życie niniejszej ustawy.

konsultacje z lekarzami specjalistami, Spółka organizowała u swoich partnerów handlowych: [*****] (dowód: karta nr 127 akt adm.). Zgodnie z ofertą Spółki, konsument mógł wykupić oferowany przez nią pakiet medyczny na okres 12, 24, 36 lub 48 miesięcy (dowód: karta nr 158 akt adm.). Najczęściej oferowana konsumentom cena pakietu medycznego to 4 800,00 złotych za okres 12 miesięcy (dowód: karta nr 12 akt adm.). Spółka wskazała, że umowy sprzedaży pakietu medycznego były zawierane z konsumentami przez pracowników Spółki, którzy zawierali je na podstawie udzielonego im przez osobę będącą członkiem zarządu Spółki pełnomocnictwa (dowód: karta nr 128 akt adm.).

Spółka w piśmie z dnia 16 stycznia 2017 r. oraz z dnia 23 czerwca 2017 r. wskazała, że respektuje oświadczenia konsumentów o odstąpieniu od umowy, złożone na podstawie art. 27 ustawy z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 134, ze zm.; dalej „ustawa o prawach konsumenta”) wskazując, iż zgodnie z tym przepisem w przypadku umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa obowiązuje termin 14 dni na odstąpienie od oferowanej przez nią umowy (dowód: karta nr 116, 237-238 akt adm.). Natomiast w przypadku osób, które zawarły umowy w lokalu przedsiębiorstwa, a następnie chcą od niej odstąpić Spółka wskazała, że z takimi osobami zawiera porozumienia co do zwrotów wpłaconych pieniędzy, przy jednoczesnym potrąceniu należności z ceny pakietu za wykonane na rzecz konsumenta świadczenia, a na dowód tego przekazała przykładowe porozumienia dotyczące zwrotu wypłaconej kwoty (dowód: karta nr 116, 238, 256-267, akt adm.). Niemniej Prezes Urzędu posiada w materiale dowodowym pismo Spółki z dnia 5 maja 2017 r. w którym Spółka, w odpowiedzi na złożone przez konsumenta na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta oświadczenie o odstąpieniu od umowy wskazała, że nie uwzględni niniejszego odstąpienia. W piśmie tym Spółka swoją decyzję poparła na twierdzeniu, iż do zawieranych przez nią umów przepisy ustawy o prawach konsumenta nie znajdują zastosowania, z uwagi na art. 3 ust. 1 pkt 7 tej ustawy (dowód: karta nr 365 akt adm.). Zgodnie z tym przepisem, ustawy o prawach konsumenta nie stosuje się do umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej.

Dodatkowo Rzecznik Praw Konsumentów w Warszawie w zawiadomieniu o stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przekazał informację, że konsumenci, którzy zawarli umowę poza lokalem Spółki wskazywali, iż Spółka podejmowała działania w celu utrudnienia skorzystania przez nich z wynikającego z art. 27 ustawy o prawach konsumenta prawa odstąpienia od umowy, np. poprzez informowanie konsumentów - którzy zgłosili się w terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy do siedziby Spółki, że sprawami odstąpienia zajmuje się Zarząd Spółki, który nie jest aktualnie obecny lub odsyłało ich do innych budynków, tudzież wprost informowano, iż nie ma możliwości rozwiązania umowy (dowód: karta nr 13 akt adm.).

Spółka oświadczyła, że nie współpracowała z podmiotami świadczącymi usługi pośrednictwa finansowego, ani podmiotami udzielającymi pożyczki czy kredyty niemniej wskazała, iż „oferuje konsumentom pomoc przy przemieszczaniu się pomiędzy siedzibą Spółki a bankiem, za wyraźnym przyzwoleniem konsumenta” (dowód: karta nr 129, 237 akt adm.). Z informacji przekazanych przez Rzecznika Praw Konsumentów wynika, iż konsumenci, którzy zaciągnęli kredyt na sfinansowanie oferowanego przez Spółkę pakietu medycznego wskazywali na tą samą placówkę banku, w której zawierali umowy pożyczki, znajdującą się w pobliżu siedziby Spółki. Bankiem do którego byli oni doprowadzani przez pracowników Spółki w celu zawarcia umowy pożyczki jest PKO Bank Polski S.A. z siedzibą w Warszawie - oddział 22 przy ul. Kijowskiej 11 w Warszawie (dowód karta nr 12 akt adm.).

Spółka na organizowane przez nią spotkania zapraszała konsumentów w większości przypadków drogą telefoniczną. Obowiązki związane z telefonicznym zapraszaniem konsumentów Spółka powierzała podmiotom zajmującym się organizowaniem kampanii telemarketingowych tj. [*****], na dowód tego Spółka przekazała kopie wzorów umów zawartych z ww. podmiotami (dowód: karta nr 127, 130-146 akt adm.). Spółka wskazała również, że przy zleceniu ww. podmiotom telefonicznych czynności pozyskiwania potencjalnych klientów przekazywała im wytyczne co do grupy docelowej osób do których kierowane są zaproszenia tj. osób w wieku po sześćdziesiątym roku życia, rodzaju badania odbywającego się na spotkaniu (bezpłatne badanie układu krążenia) oraz miejsca w którym odbędzie się spotkanie (dowód: karta nr 127 akt adm.).

Odnosząc się do momentu informowania konsumenta o możliwości zawarcia przez niego umowy na organizowanym przez Spółkę spotkaniu, Spółka w toku postępowania wyjaśniającego oświadczyła, że informacja o możliwości zawarcia z nią kontraktu jest przekazywana konsumentom po organizowanym przez nią spotkaniu, na którym odbywają się badania (dowód: karta nr 116 akt adm.). Natomiast już na etapie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Spółka, odnosząc się do postawionych przez Prezesa Urzędu zarzutów, przedstawiła sprzeczne z powyżej wskazanymi informacjami oświadczenie wskazując, że konsumenci już w trakcie badań wiedzą o tym, iż będzie możliwość zawarcia ze Spółką umowy, ponieważ informację o handlowym celu spotkania konsumenci otrzymują już na etapie rozmowy telefonicznej zapraszającej na organizowane przez nią badania (dowód: karta nr 428, 429 akt adm.).

Tymczasem ze zgromadzonych przez Prezesa Urzędu skarg konsumentów wynika, że oferta Spółki była przedstawiana konsumentowi dopiero w toku organizowanych przez nią spotkań, które w rzeczywistości były pokazami handlowymi, mającymi na celu przekonanie konsumenta do zawarcia przez niego umowy ze Spółką, którym to pokazom Spółka nadawała formę wykładów na temat zdrowia publicznego. Na tych spotkaniach konsumenci byli również poddawani badaniom przy użyciu programu o nazwie pulsoksymetria HRS. Powyżej opisany model działania Spółki potwierdza również włączony w materiał dowodowy reportaż wideo o nazwie „Zamiast darmowych badań, drogie pakiety. Robienie wody z mózgu starszym ludziom”, wyemitowany w ramach programu telewizyjnego „TVN Uwaga!” (dowód: karta nr 410 akt adm.).

Na podstawie skarg Prezes Urzędu ustalił, że podczas rozmowy telefonicznej z konsumentem, w trakcie której przedstawiane było zaproszenie na badanie układu krążenia, nie były przekazywane informacje o handlowym celu organizowanych przez Spółkę spotkań, tj. o możliwości zawarcia, bezpośrednio po przeprowadzonym badaniu, umowy sprzedaży pakietu medycznego ze Spółką. Konsumenci byli bowiem przekonani o tym, iż są zapraszani wyłącznie na bezpłatne badania stanu zdrowia:

"Na początku sierpnia 2016 r. zadzwoniła do mnie Pani z propozycją pójścia na spotkanie w celu sprawdzenia stanu mojego zdrowia" - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 35 akt adm.)

"Zadzwoniono do mnie z propozycją bezpłatnego badania na krążenie" - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 38 akt adm.)

"Pod koniec sierpnia zostałam telefonicznie zaproszona na bezpłatne badania lekarskie przez firmę Medical" - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 45 akt adm.)

"Zjawiłam się w państwa firmie, gdyż zaproponowano mi telefonicznie bezpłatne badanie" - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 55 akt adm.)

"W dniu 05.09.2016 r. dostałam zaproszenie do Natural Medical M2 na darmowe badania krążeniowe." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 62 akt adm.)

"Telefonicznie zaproszono mnie na bezpłatne badania organizmu." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 67 akt adm.)

"Na bezpłatne badania zostałam zabrana jako osoba towarzysząca przez znajomą Alicję Antosiewicz, która została zaproszona telefonicznie." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 71 akt adm.)

"Po długotrwałym nękanii telefonicznym, zwabiono żonę na bezpłatne badania w w/w firmie." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 85 akt adm.)

"(...) zadzwoniła do mnie Pani, która reprezentowała Klinikę Natural Medical w Warszawie przy ul. Kijowskiej 11 (...). Pani zaprosiła mnie na bezpłatne badanie mojego układu krwionośnego i umówiła mnie i koleżankę na konkretny termin badania." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 90 akt adm.)

"Udając się tam na zaproszenie telefoniczne nie miałam świadomości, że udaje się do firmy w celu zawarcia umowy. Była natomiast mowa o bezpłatnym badaniu określającym stan mojego układu krwionośnego i serca." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 89 akt adm.)

"Telefon dzwonił 3 razy z propozycją badań bezinwazyjnych. (...) Skuszono mnie obietnicą, że badanie będzie wykonane bezpłatnie, dostałam nawet numer na który miałam się powołać (KRAK 619/5)." - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 101 akt adm.)

"Na początku kwietnia zostałam telefonicznie zaproszona na darmowe badania seniorów w kierunku chorób układu krążenia" - skarga [*****
*****].

(dowód: karta nr 350 akt adm.)

"Na podstawie ulotki udałam się dnia 7 lipca 2017 r. o godz. 13:00 do restauracji "Grodzka" przy ul. Kocjana 3 na bezpłatne przesiewowe badanie układu krążenia" - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 318 akt adm.)

"W dniu 15.05.2017 po telefonicznym zaproszeniu na badania, stawiałam się w siedzibie firmy Medical m2 sp. z o.o. przy ul. Kijowskiej 11 w Warszawie" - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 322 akt adm.)

"Skorzystałam z zaproszenia na badania bezpłatne" - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 327 akt adm.)

"Przez telefon stacjonarny, usłyszałam propozycję bezpłatnych badań i porad lekarskich, na schorzenia układu krążenia w Przychodni Medical M2" - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 332 akt adm.)

“W końcu września zostałam telefonicznie zaproszona do siedziby Medical M2 Sp. z o.o. (...) na bezpłatne badanie stanu zdrowia, szczególnie układu krążenia.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 335 akt adm.)

“Codzienne telefony o bezpłatnych badaniach medycznych” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 342 akt adm.)

“Mama (...) otrzymała zaproszenie na darmowe badania przeprowadzane przez firmę Natural Medical.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 343 akt adm.)

“Po kilkukrotnym nękanii telefonicznym przy którym byłam proszona wręcz z imienia i nazwiska dałam się namówić na wizytę w dniu 6.03.2017 g. 13:00.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 347 akt adm.)

Odnosząc się do powyższych cytatów należy zauważyć, że konsumenci wskazują w nich różne nazwy przedsiębiorcy, niemniej treść skarg konsumentów oraz informacje zawarte w piśmie Miejskiego Rzecznika Konsumentów z dnia 24 października 2016 r. przekazującym niniejsze skargi świadczą, iż dotyczą one zaproszeń na badania organizowane przez Spółkę.

Spółka w celu zapraszania potencjalnych klientów na organizowane przez nią spotkania wykorzystywała także pisemne zaproszenia w postaci ulotek informujących o możliwości telefonicznego zapisania się na przeprowadzane przez Spółkę bezpłatne badania układu krążenia. W niniejszych ulotkach również brak jest informacji, iż po przeprowadzonych badaniach odbędzie prezentacja oferty Spółki:

GABINET MEDYCZYNY NATURALNEJ I FIZYKALNEJ

ZAWIADOMIENIE !

**BEZPŁATNE BADANIE PRACY SERCA
BADANIE UKŁADU KRAŻENIA
BADANIA PRZESIEWOWE**

W POLSCE CHOROBY SERCA I UKŁADU KRAŻENIA SĄ PRZYCZYNĄ BLISKO 50% WSZYSTKICH ZGONÓW
CO ROKU PRAWIE 100 TYSIĘCY OSÓB W POLSCE PRZECHODZI ZAWAŁ SERCA

BEZ KOLEJKI - INDYWIDUALNIE - BEZPŁATNIE

**BADANIE OPRACOWANO NA WYDZIALE FIZYKI MEDYCZNEJ
UNIwersytetu IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU**

**BADANIE JEST REKOMENDOWANE PRZEZ
EUROPEJSKIE TOWARZYSTWO NADCIŚNIENIA TĘTNICZEGO**

BADANIE ZALECANE SZCZEGÓLNI W JEDNOSTKACH CHOROBYCH :

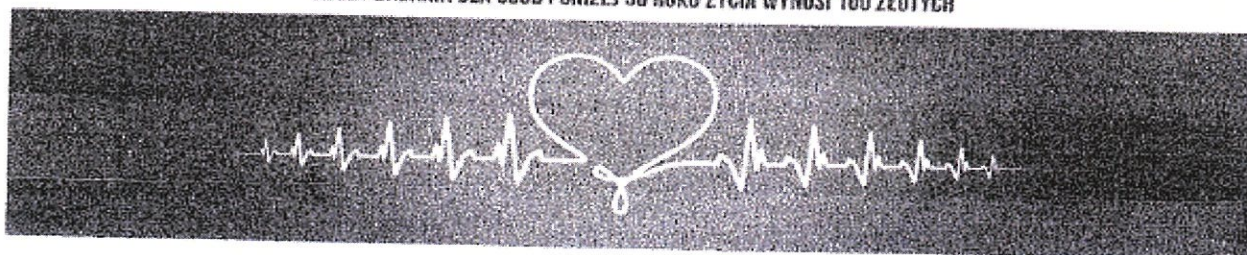
- NADCIŚNIENIE TĘTNICZE
- NIEWYDOLNOŚĆ UKŁADU KRAŻENIA
- NADCZYNNYŚĆ TARCZYCY I INNE

ZADZWOŃ I ZAPISZ SIĘ : INDYWIDUALNIE, BEZ KOLEJKI, BEZPŁATNIE

TEL. 22 614 26 01

Z BEZPŁATNYCH BADAŃ MOGĄ SKORZYSTAĆ OSOBY 50+ Z WAŻNYM UBEZPIECZENIEM ZDROWOTNYM. GABINET ZNAJDUJE SIĘ W
WARSZAWIE, UL. KIJOWSKA 11 (NAPRZECIWKO DWORCA WSCHODNIEGO, OBOK BANKU PKO BP), CZYNNY W GODZ. 9 – 18

KOSZT BADANIA DLA OSÓB PONIŻEJ 50 ROKU ŻYCIA WYNOŚI 100 ZŁOTYCH



OGŁOSZENIE

Przyjdź na

**AKCJE ZIMOWA PROFILAKTYKA GDZIE
BEZPŁATNIE ZOSTANIE WYKONANE PRZESIEWOWE
BADANIE UKŁADU KRĄŻENIA**

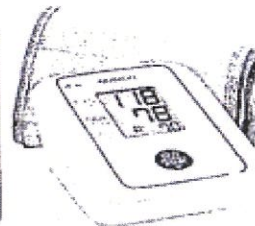
*W Polsce choroby serca i układu krążenia są przyczyną blisko 50% wszystkich zgonów.
Co roku prawie 100 tysięcy osób w Polsce przechodzi zawał serca.*

BEZ KOLEJKI, BEZ ZAPISÓW!

Każda osoba powyżej 65 roku życia
otrzyma w **PREZENCIE**
najnowszej generacji ciśnieniomierz

BADANIE:

- zaburzenia rytmu serca
- zmiany miażdżycowe
- niewydolność w krążeniu płucnym
- nieprawidłowości pracy zastawek i arterii
- stan tętnic i serca



AKADEMIA ZDROWIA I BADANIA ODBĘDĄ SIĘ:

Hotel "TWINS"
ul. Żywiczna 57
Piątek 24.03.2017
Godz. spotkania **9 LUB 13**

Prosimy o przybycie 15 minut wcześniej, jeśli miejsce ograniczone.

(dowód: karta nr 128, 164, 376 akt adm.).

Na podstawie informacji zawartych w skargach oraz oświadczeniach Spółki ustalono, że na spotkaniach organizowanych przez Spółkę, przed przedstawieniem oferty umowy sprzedaży pakietu medycznego, konsumenci poddawani byli badaniom opartym na wykorzystaniu metody opracowanej przez [*****], o nazwie pulsoksymetria HRS.

Badanie metodą pulsoksymetrii HRS polega na dokonaniu urządzeniem zwanym pulsoksymetrem pomiaru fali pulsu osoby badanej, poprzez nałożenie uchwytu na jej palec, w rezultacie czego, za pomocą programu komputerowego o nazwie Pulsoksymetr HRS, otrzymuje się zapis fali pulsu zaprezentowany w postaci wykresu. Wykres fali pulsu uzyskany tą metodą przedstawia siedem parametrów związanych z układem krążenia (tj. puls, wysycenie tlenem, wskaźnik objętości komory do aorty, zastawka aorty, indeks pulsacji, indeks komora/aorta, dynamika arterii) wraz ze wskazaniem normy w odniesieniu do określonego parametru jaką osoba badana uzyskała (poniżej normy, norma, powyżej normy) (dowód: karta nr 128, 167, 225, 354 akt adm.).

Prezes Urzędu wystąpił do [*****] z prośbą o udzielenie informacji, czy wyłącznie na podstawie wyników przeprowadzonego badania metodą pulsoksymetrii HRS osoby nieposiadające wykształcenia medycznego są w stanie stwierdzić, na jakie choroby cierpi konsument, bądź na jakie jest narażony i jedynie na tej podstawie postawić jednoznaczną diagnozę. Pismem z dnia 3 czerwca 2017 r. [*****] poinformował, iż na podstawie prawidłowo przeprowadzonego badania można wykryć zaburzenia układu krążenia w postaci arytmii i zbyt dużego oporu naczyniowego, niemniej na podstawie jednego badania nawet w przypadku stwierdzenia odchyleń wyznaczonych parametrów od normy nie można jednoznacznie stwierdzić przyczyny tych odchyleń, a tym bardziej postawić diagnozy. Jak wskazano w ww. piśmie: „Najczęściej w takim przypadku zbadana osoba powinna udać się do lekarza w celu wykonania dodatkowych badań i postawienia ostatecznej diagnozy”. Resumując, [*****] w ww. piśmie wskazał, iż poprzez przeprowadzenie badania metodą pulsoksymetrii HRS zarówno osoba nieposiadająca wykształcenia medycznego, jak i osoba z wykształceniem medycznym nie jest w stanie postawić diagnozy (dowód: karta nr 225 akt adm.).

Spółka odnosząc się do powyższego oświadczyła, że powyższe badania były wykonywane przez jej pracowników, niemniej zaprzeczyła aby jej pracownicy oceniali stan zdrowia konsumentów. Zdaniem Spółki działania jej pracowników polegały jedynie na odczycie wyniku przeprowadzanego przez nich badania, a następnie odniesieniu tego wyniku do skali opracowanej przez [*****] (dowód: karta nr 128, 428 akt adm.).

Niemniej ze zgromadzonych w toku postępowania skarg konsumentów wynika, że w trakcie organizowanych przez Spółkę spotkań, po przeprowadzonym badaniu, pracownicy Spółki z każdym z konsumentów przeprowadzali indywidualne konsultacje w ramach których omawiali ich wyniki. Zaznaczenia wymaga, że pracownicy wykonujący przedmiotowe badania nie posiadali wykształcenia medycznego (dowód: karta nr 248 akt adm.). Jak wynika ze skarg konsumentów pracownicy Spółki opierając się na wynikach uzyskanych poprzez zastosowanie powyżej opisanej metody informowali konsumenta o jego złym stanie zdrowia lub wskazywali na ryzyko wystąpienia w przyszłości poważnych schorzeń zdrowotnych, jednocześnie wskazując, że istnieje szansa na wyleczenie/uniknięcie zagrożenia, a pomoc w tym miało wykupienie pakietu medycznego oferowanego przez Spółkę:

"Ustyszałam słowa: Te kolorowe wyniki wskazują, że Pani zdrowie jest złe. My panią postawimy na nogi, czyli wyleczymy" - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 19 akt adm.)

"Po badaniu otrzymałam kolorowy wydruk i zostałam poproszona do stolika. Przy stoliku zostały omówione wyniki badań. Zwrócono mi uwagę, że wyniki są złe i zaproponowano mi zakup pakietu medycznego (...) firma wprowadziła mnie w błąd twierdząc że mój stan zdrowia jest zły, że jestem bardzo chora, aby wzbudzić we mnie uczucia depresyjne, tak naprawdę nie wykonując konkretnych badań. Wszystko to miało na celu podjęcie przeze mnie decyzji o zakupie pakietu" - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 35 akt adm.)

"Powiedzieli, że tyle chorób co ja mam, to warto leczyć i że to będzie kosztowało 4.800 zł" - [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z
dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 38 akt adm.)

"Wszystkie parametry były znacznie poniżej normy - wzbudziło to poważne zaniepokojenie badających (...) stwierdzono, że jestem bardzo chora i oni mi pomogą" - skarga [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 46 akt adm.)

"Pan miłym głosem opowiadał mi jak bardzo jestem chora jaką dobrą będę miała opiekę (...) Jaką dokładnie mam chorobę nie zostałam poinformowana. Okazało się, że o mojej chorobie poinformował pracownik firmy a nie lekarz" - skarga [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 55 akt adm.)

"Z powodu złego wyniku badania otrzymałam informację, że muszę być koniecznie pod opieką kardiologa." -
skarga [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 62 akt adm.)

"Po krótkim badaniu przy pomocy jakiegoś instrumentu nienazwanego stwierdzono niewydolność serca." -
skarga [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 67 akt adm.)

"Badanie polegało na włożeniu kciuka i wydruk wyszedł, że jestem chora na różne choroby. (...) Obiecano że w ciągu roku wyleczą mnie z tych chorób." - [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 80 akt adm.)

"Sugerowano po badaniu pulsoksymetrem, że mam chore serce i tu otrzymam dobre leczenie. Opisywał badanie pracownik Kliniki a nie lekarz" - [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 95 akt adm.)

"Po przybyciu do kliniki pani w rejestracji zaprowadziła mnie do małego, ciasnego pokoiku w którym to odbyło się badanie. Było tam małe plastikowe urządzenie z rurką, gdzie na palec założono mi klips. A po paru sekundach, otrzymuje wydruk badania tzn: metoda pulsoksymetrii. Z tym badaniem pani zaprowadziła mnie do następnego pokoju, gdzie czekał następny pracownik. Obejrzał wynik i stwierdził, że badanie wyszło bardzo źle, że wielokrotnie przekroczone są jakieś normy zagrażające mojemu życiu. Żeby sprawdzić przyczynę, muszą wykonać biorezonans i to jak najszybciej w ich Klinice.(...) Wmawiał mi jakąś chorobę, bym podjęła szybko decyzję, że liczba osób oczekujących w kolejce jest duża i postara się mnie wcisnąć między oczekujących, by znaleźć przyczynę choroby (...) Śmiał twierdzić, że podczas całej rozmowy z panem Wojciechem Pawluczuk (z nim podpisałam umowę), w małym dusznym pokoju, nie daje się szansy na przemyślenie, bazuje się na braku fachowej wiedzy lekarskiej, wmawiając choroby, których się nie ma, przekazując niepełne informacje. W późniejszym czasie robiąc badania, które zleciła lekarz rodzinny nie potwierdziły się z badaniami Kliniki" - skarga [*****]
*****].

(dowód: karta nr 350 akt adm.)

"Podczas spotkania przedstawiciel firmy przeprowadził badanie polegające na zapięciu na palcu dłoni czujnika, który przekazał do komputera wyniki. Na podstawie tego badania stwierdził, że mam niedotlenienie mózgu - niewydolność płuc i serca - problemy z sercem" - skarga [*****]
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 322 akt adm.)

"Pan (...) przedstawił mi wynik badania pulsoksymetrem wykonany na miejscu i poinformował o bardzo złym stanie mojego zdrowia, grozi mi zawał i natychmiast powinnam rozpocząć leczenie." - skarga [*****]
*****]

*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 326 akt adm.)

„Stwierdzono poważne problemy, a które należy natychmiast leczyć.” - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 332 akt adm.)

„Samo badanie (...) trwa 1-2 minuty. (...) Mama dowiedziała się, że ma najgorsze wyniki.” - skarga [*****
*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 345 akt adm.)

Na podstawie skarg Prezes Urzędu ustalił, iż w trakcie spotkania z konsumentami, bezpośrednio po omówieniu wyników badania, pracownicy Spółki prezentowali ofertę umowy pakietu medycznego oraz przekonywali do jej podpisania, wywierając na konsumentach presję, poprzez ponaglanie ich do zawarcia przedmiotowego kontraktu. Pracownicy Spółki odwracali również uwagę konsumentów w taki sposób aby konsument nie miał możliwości zapoznania się z treścią umowy. Wywieranie presji na konsumentach polegało także na sugerowaniu, że ich stan zdrowia wymaga szybkiej opieki specjalistycznej. W niektórych przypadkach konsumenci nie otrzymali umowy do przeczytania przed jej podpisaniem. Ponadto, bezpośrednio po przeprowadzonych konsultacjach, pracownicy Spółki nakłaniali konsumentów do zawarcia umowy pożyczki na sfinansowanie umowy pakietu medycznego i w tym celu doprowadzali ich do banku, a także asystowali im przy czynnościach związanych z zawieraniem tej umowy, do chwili przekazania pożyczonej kwoty pracownikowi Spółki. W skargach konsumenci w tym zakresie podawali:

„Natychmiast w pokoju znalazło się dużo osób agitujących, każda zachwalała walory kliniki, jeden wręczał kwity wpłaty, druga druki umowy, trzeci specyfikacje abonamentu OPIEKA DLA CIEBIE PLATINIUM do umowy sprzedaży z 17 (siedemnastoma) niezrozumiałymi punktami. Nie miałam możliwości przeczytania umowy i tych punktów. Umowę - PAKIET MEDYCZNY w trybie błyskawicznym sporządzono i namówiono mnie pod wielką presją do podpisania” - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 19 akt adm.)

„Nie miałam czasu na zastanowienie, nie wyraziłam swojego zdania, a jeden z panów zaczął wypełniać druki i dał mi do podpisania umowę. (...) Cały czas ta pani była ze mną, nawet w banku i do momentu wpłacenia pieniędzy w przychodni. Pracownicy Państwa przychodni nie dali mi czasu do namysłu. Czuję się przymuszona do przyjęcia tej umowy. Gdyby nie było nacisku to bym się na to nie zgodziła.” - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 38 akt adm.)

„Zabrano mnie do taksówki podwieziono do banku. Kierowca został w samochodzie, natomiast pani stała aż pobrałem pieniądze. Zawieziono mnie na Kijowską i nie odstępując ode mnie aż wpłaciłem pieniądze do ich recepcji. Zostałem skotowany tak, że nie wiedziałem co robię.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 41 akt adm.)

„Dokumenty, które otrzymałam nie dano mi przeczytać, tylko szybko podpisać.” - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 67 akt adm.)

„Fachowcy którzy się litowali nad moim złym stanem zdrowia z dużą presją namawiali mnie na kompleksowe leczenie i wykupienie pakietu. Konsultacja odbywała się bardzo szybko z dużym naciskiem na zakup pakietu (...) Przez dłuższy czas atakowana przez zmieniający się "sztab specjalistów" nie mając możliwości zastanowienia się, odcięta od znajomej bez możliwości wykonania telefonu w celu konsultacji nieświadomie wyraziłam zgodę.

(...) Całe zdarzenie było w formie nieuczciwego osaczenia, ponagrania, atakowania w wielkim pośpiechu." - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 71 akt adm.)

„Tak mnie przekonywali że i podali papiery do podpisu, a później, jeden z tych panów zaprowadził mnie do mojego banku o nazwie Getin bank. (...) Pospieszano mnie, że jest jeszcze wiele osób do badania i natarczywie prosiły o poprawki na dokumenty." - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 74 akt adm.)

„Podkreślam, że w trakcie spotkania zostałam pozbawiona możliwości swobodnego podjęcia decyzji odnośnie podpisania umowy - ciągła presja i zachęty różnych osób, kolejne oferty kompleksowej opieki od ludzi, wchodzili i wychodzili nie dając mi możliwości spokojnego zastanowienia się nad treścią umowy. (...) a także możliwości opuszczenia pomieszczeń Medical M2 bez opłacenia umowy." - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 86 akt adm.)

„Pracownicy kliniki najpierw wzbudziły moje zaufanie, a potem wywierali na mnie presję, oszukali mnie (...) Stworzyli bardzo miłą atmosferę, wzbudziły moje zaufanie, a tak naprawdę odwracali moją uwagę od meritum, manipulowali mną (...) W tym czasie podsunęto mi do podpisania jakiś dokument, który ja bez przeczytania (nie mając okularów) podpisałam nieświadomie, a który okazał się tak niekorzystną dla mnie umową. Doszło do tego na skutek ciągłego zagadywania, wywierania presji psychicznej na mnie przez pracowników kliniki. Nie było czasu na przemyślenie tematu, spokojną analizę wydarzeń. Nie było więc warunków do zatwierdzania tak ważnych spraw." - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 89 akt adm.)

„Manipulowano mną, świadomie rozpraszano moją uwagę i koncentrację (...) Rozmowy przy moim stoliku były prowadzone w celu odwrócenia mojej uwagi od spraw zasadniczych" - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 95 akt adm.)

„Pani powiedziała mi, że pojedziemy do siedziby firmy bo musi mi pokazać gdzie to jest. Po czym wsadziła mnie od taksówki. Pojechaliśmy najpierw do mojego banku - Alior Bank, po zaświadczenie o wpływach z ostatnich trzech miesięcy. Następnie tą samą taksówką pojechaliśmy na ul. Kijowską do Banku PKO BP. Podeszliśmy do okienka w banku. Miałam wrażenie że te panie się znają. Pani z banku nie pytała mnie o nic poza dowodem osobistym. Po przedłożeniu dowodu osobistego dostałam do podpisu jakieś dokumenty. Jak podpisałam, to Pani z banku wyplaciła mi kwotę 4800 zł i wtedy zorientowałam się, że wzięłam pożyczkę. Gdybym wiedziała, że chodzi o kredyt/pożyczkę nigdy bym takiej decyzji nie podjęła. Wyszliśmy z banku i poszliśmy do siedziby firmy przy ul. Kijowskiej 11. Usiadłyśmy przy stoliku, Pani dała mi do podpisu umowę na pakiet medyczny i jednocześnie zainkasowała kwotę 4.800 zł" - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 35 akt adm.)

„Zostałam zagadana tak, abym nie mogła zajrzeć do umowy (...) Podczas całej rozmowy nie miałam możliwości zapoznania się ani z umową ani z ofertą (...) Do banku milenium w galerii handlowej (Wola Park) zawiózł mnie kierowca. Po drodze dopytywał czy zamiast brać kredyt nie dysponuję taką gotówką w domu. Podczas pobytu w banku odebrałam telefon, kierowca stanowczym głosem kazał mi się rozłączyć zanim nie skończymy transakcji. (...) Jeszcze tego samego dnia uświadomiłam sobie, że zostałam wprowadzona w błąd i zostałam zmanipulowana przez nieuczciwych sprzedawców do podpisania umowy o pakiet medyczny, którego nigdy nie chciałam i na który nawet mnie nie stać." - [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 101 akt adm.)

„Sporządzono umowę, którą podłożono do podpisu pod resztę dokumentów że nie byłam świadomy co podpisuję bo tak w szybkim tempie zdecydowano za nas. Następnie w asyście pracownika doprowadzono nas do Banku do umówionej Kasjerki (doradcy bankowego) przez Firmę żebyśmy zaciągnęli kredyt gotówkowy który miał znaczenie wpłaty na Pakiet małżeński usług medycznych." - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 24 października 2016 r.

(dowód: karta nr 105 akt adm.)

„Umowę podpisałam tzn: pakiet Nielimitowany nr. 27/04/17, nie mając czasu na przemyślenie i nie zdając sobie sprawy, że to oszustwo. Było to bazowanie na mojej niewiedzy i wmawianie mi, że jestem chora” - skarga [*****]

(dowód: karta nr 451 akt adm.)

„Uległam wielkiej presji psychicznej ze strony (...) mężczyzny, który cały czas był przy mnie. Powiedział on, że na Kijowskiej wyleczą mnie z moich chorób i powinniśmy pojechać tam samochodem, żeby zapisać się do lekarzy. (...) Byłam tak zmęczona i skotowana przez p. Adriana, że zgodziłam się. Po dojechaniu na miejsce źle się poczułam. (...) Nie bardzo wiedziałam co się dzieje. (...) Dostałam do podpisania jakieś papiery. P. Adrian powiedział, że teraz musimy iść do banku po pieniądze. (...) Po załatwieniu formalności zażądał ode mnie pieniędzy. Kiedy odmówiłam stał się nieuprzejmy i natarczywy. (...) Bojąc się o swoje bezpieczeństwo dałam mu 6500 zł. Gdybym miała świadomość, że podpisuję umowę na roczny pakiet medyczny to na pewno nie zrobiłabym tego” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 318 akt adm.)

„Kiedy poprosiłam o czas do namysłu przed podpisaniem i podjęciem decyzji konsultant zaczął mnie przekonywać, że zwłoka jest zupełnie niepotrzebna, że może uciepnieć na tym moje zdrowie. Przestraszyłam się i uległam ponagleniu. (...) Po podpisaniu umowy pracownik firmy poszedł ze mną do banku i w jego obecności zaciągnęłam kredyt (...) Dopiero po powrocie do domu uświadomiłam sobie, że proces podpisania umowy był oparty na manipulacji, w wyniku której straciłam zdolność jasnego myślenia.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 322 akt adm.)

„Pojechano ze mną do Banku PKO gdzie naliczono mi kwotę 3500 zł i od razu mi zabrano. Idąc z tą sumą do podpisania umowy którą mi podsunęto nawet nie czytałam.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 328 akt adm.)

„Nachalne namawianie do podpisania umowy i jednocześnie niedopuszczenie do zapoznania się z treścią umowy - przy braku informacji o szczegółach i jej warunkach. (...) Bardzo silna presja psychologiczna (w czasie rozmów - 1, 2, a nawet 3 pracowników) (...) niedopuszczenie do zapoznania się z treścią umowy, manipulacja” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 329 akt adm.)

„Byłam bardzo zdenerwowana w silnym stresie psychicznym nie było żadnej rozmowy pracownica firmy przedłożyła mi umowę i pokazała gdzie mam złożyć podpis. (...) Cała procedura podpisania odbyła się pod presją oferującego usługi który gratulował nam podjętej decyzji. (...) Zaproponowano że umożliwią mężowi wzięcie kredytu z banku na dogodnych ratach. Samochodem osobowym firmy zawieziono mnie z mężem z lokalu gdzie odbyła się prezentacja do firmy na ul. Kijowską. Mąż w obecności pracownika firmy udał się do banku gdzie bez problemu otrzymał kredyt w wysokości 9000 PLN i wpłacił za pokwitowaniem w kasie firmy.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 330 akt adm.)

„Podano mi umowę do podpisu. Nie miałam ze sobą okularów, prosiłam o informację, gdyby warunki umowy mi nie odpowiadały czy mogę się wycofać z umowy. Odpowiedziano, że wszystkiego się Pani dowie, lecz teraz należy wpłacić opłatę za 1 rok.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 328 akt adm.)

„Brak swobodnego podjęcia decyzji. Zmuszanie do podpisania umowy. Nie miałam możliwości pomyśleć (...) ponieważ pracownica Medicalu zaprowadziła mnie do banku po pieniądze i nie odstępowała mnie ani na chwilę do czasu kiedy z pieniędzmi wróciłam do Medicalu M-2.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 333 akt adm.)

„Panowie mnie zmanipulowali, że jeszcze w siedzibie Domu Kultury Rakowiec (...) podpisałam umowę z panem Sebastianem Borkowskim, po czym pan Borkowski zawiózł mnie i jeszcze jedną uczestniczkę tej prezentacji do siedziby firmy Natural Medical. W siedzibie przekazał mnie innemu panu, który zaprowadził mnie do banku, gdzie zasięgnęłam pożyczkę w wysokości 5200 zł i wpłaciłam całą gotówkę temuż panu za pakiet medyczny.” -

skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 339 akt adm.)

“Byłam pod presją, czułam się zmuszona do zawarcia umowy, której nie powinnam podpisać i nigdy bym nie podpisała. (...) przyjechali ze mną do domu po odbiór gotówki aby zapłacić za pakiet medyczny.” - skarga [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 342 akt adm.)

“Pani nie odstępowała mamy na krok. I nie dawała jej chwili na zastanowienie cały czas przekonując jakie to wspaniałe rozwiązanie. (...) Pani szybko zaprowadziła mamę do samochodu zawiozła do firmy Natural Medical M2. (...) Okazało się, że przy podpisaniu umowy mama musiała zapłacić 6.500 zł (...) Mama powiedziała, że nie ma pieniędzy. Pani z uporem dopytywała (...) Stysząc, że mama ma konto w Banku PKO BP powiedziała że pójdą do mieszczącego się obok banku. (...) W czasie gdy mama była w banku kobieta ta przez cały czas krążyła między bankiem a firmą. W banku dopytywała kasjerki czy załatwiona już sprawa kredytu. (...) Pani Czerkas przyszła po mamę do zamkniętego już banku i zaprowadziła mamę do Firmy. (...) Mama wpłaciła gotówkę i otrzymała pokwitowanie, a pani Czerkas dała mamie do podpisu umowę mówiąc, że mama przeczyta umowę już w domu. Cały czas opowiadała mamie jak byle jak załatwiani są pacjenci w państwowych przychodniach.” - skarga pani [*****] przekazana pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie z dnia 2 lutego 2018 r.

(dowód: karta nr 345 akt adm.)

Zgodnie ze stosowanym przez Spółkę wzorem umowy sprzedaży pakietu medycznego o nazwie „Umowa Pakiet medyczny”, Spółka zobowiązywała się do sprzedania określonego w tej umowie pakietu medycznego (cytując par. 1 niniejszej umowy: „Mocą niniejszej umowy Sprzedawca sprzedaje Kupującemu i przenosi na własność zestaw produktów, a Kupujący nabywa towar/usługę, zobowiązując się zapłacić Sprzedającemu wskazaną cenę”, natomiast zgodnie z par. 2 niniejszego wzorca umowy: „Sprzedający oświadczają, że w ramach prowadzonej działalności gospodarczej prowadzi sprzedaż pakietów medycznych”). Konsument zawierając przedmiotową umowę zobowiązywał się do odebrania niniejszego pakietu oraz uiszczenia za niego należności (par. 3 niniejszej umowy: „Kupujący zobowiązuje się do odebrania produktów oraz terminowej zapłaty cen produktów/usług, o których mowa w niniejszej Umowie”). Wzorec ten przewidywał także możliwość sprzedaży ratalnej pakietu oraz wskazywał sposób dokonywania wpłat w przypadku zawarcia umowy pożyczki/kredytu na jego sfinansowanie (dowód: karta nr 155 akt adm.).

W powyżej opisanym wzorcu umownym sprzedaży pakietu medycznego znajdowało się następujące pouczenie, które odnosiło się do treści art. 38 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta:

„Kupujący oświadczają, że został poinformowany o treści art. 38 z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. 2014 poz. 827, z późn. zm.). Stosownie do treści tego przepisu, prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umowy o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy.”

(dowód: karta nr 156 akt adm.).

Konsument zawierając ze Spółką ww. umowę poświadczal dodatkowym podpisem pod niniejszym pouczeniem, iż zapoznał się z jego treścią (dowód: karta nr 156 akt adm.).

W dodatku, przy zawieraniu niniejszej umowy konsumentom było przedkładane do podpisu oświadczenie o treści: „Rozpoczynając roczny pakiet profesjonalnego programu medycznego, jestem świadomy (świadoma), że tylko pełna współpraca, pociągnie za sobą spodziewane rezultaty, dlatego oświadczam, że będę sumiennie korzystać z tego programu. Jednocześnie zostałam (zostałem) poinformowany, że nie mogę z niego zrezygnować.” (dowód: karta nr 157 akt adm.).

W przypadku zawarcia ww. umowy, konsument otrzymywał również dokument z informacją jakie świadczenia zdrowotne obejmuje zakupiony przez niego pakiet medyczny (dowód: karta nr 158-163 akt adm.).

Natomiast zasady oraz warunki korzystania ze świadczeń wchodzących w skład zakupionego przez konsumenta pakietu były określone w zawieranej z nim odrębnej od umowy sprzedaży pakietu medycznego umowie o świadczenie usług medycznych, wzorzec o nazwie „*Aneks nr_ do_ umowy o świadczenie usług zdrowotnych*” (dowód: karta nr 169 akt adm.).

Należy przy tym zauważyć, że Spółka sama wskazała, iż do oferowanych przez nią umów znajdzie zastosowanie ustawa o prawach konsumenta. Zgodnie z par. 7 ust. 3 ww. Aneksu „*W sprawach nieuregulowanych w niniejszej umowie stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta*” (dowód: karta nr 171 akt adm.).

Spółka ww. wzorce stosowała w obrocie konsumenckim od dnia 7 czerwca 2016 r. (dowód: karta nr 128 akt adm.)

Pismem z dnia 11 czerwca 2019 r. Spółka oświadczyła, że zaprzestała sprzedaży pakietów medycznych z dniem 30 grudnia 2017 r. Powyższe twierdzenie potwierdza fakt, iż Prezes Urzędu nie otrzymał skarg konsumentów które wskazywałyby, iż po tej dacie Spółka zawierała umowy z konsumentami (dowód: karta nr 555 akt adm.).

Ocena prawna ustalonych faktów

I. Naruszenie interesu publicznego.

Stosownie do przepisu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 369, ze zm.; dalej „uokik”), ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu podjął interwencję w następstwie analizy skarg konsumentów na działania Spółki. W otrzymanych skargach w tożsamy sposób opisano zachowanie Spółki względem konsumentów zarówno przed zawarciem umów, jak i w trakcie ich zawierania. W opinii Prezesa Urzędu, wynikający ze skarg obraz praktyk Spółki świadczy o publicznoprawnym charakterze niniejszej sprawy. Działania Spółki dotyczyły nieograniczonego kręgu konsumentów, każdego kto mógł skorzystać z zaproszenia na bezpłatne badania organizowane przez Spółkę. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

II. Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W świetle przepisu art. 24 ust. 2 uokik, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2); nieuczciwe

praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3); proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4). Zgodnie z art. 24 ust. 3 uokik zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów.

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

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

1. Działanie przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. 2019 r. poz. 646, ze zm.). Spółka jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000621777 w związku z tym, posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu wyżej wymienionej ustawy. W konsekwencji również w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Spółka dysponuje statusem przedsiębiorcy (zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik).

Zaznaczenia wymaga, że przed wszczęciem postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka funkcjonowała pod nazwą Medical M2 spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Następnie Spółka dokonała zmiany swojej nazwy na Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Należy wskazać, że przy zmianie nazwy spółki prawa handlowego nie dochodzi do powstania nowego podmiotu w związku z tym, nie dochodzi do zmiany strony postępowania administracyjnego.

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

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 uokik, jest bezprawność działania przedsiębiorcy.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa².

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z godzącymi w zbiorowe interesy konsumentów działaniami Spółki, sprzecznymi z prawem. W pkt I, II i III sentencji Spółce zarzucono stosowanie określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 uokik praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na bezprawnym działaniu poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070; dalej jako upnpr). Zgodnie z art. 3 upnpr stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane.

² Por. Komentarz do art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji [w:] J. Szwaja (red.), Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz. Wyd. 4, Warszawa 2016, Nb. 57, Legalis.

Natomiast w pkt IV sentencji Prezes Urzędu zarzucił Spółce stosowanie praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, polegającej na bezprawnym działaniu polegającym na naruszeniu przepisu art. 27 ustawy o prawach konsumenta.

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

2.1. Nieuczciwe praktyki rynkowe

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 4 upnpr, przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

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

Produktem w rozumieniu art. 2 ust. 3 upnpr jest każdy towar lub usługa, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. Pojęcie produktu wskazane w wyżej wymienionym artykule ma znaczenie szerokie. W niniejszej sprawie produktem jest oferowany przez Spółkę pakiet medyczny, którego celem było zapewnienie konsumentowi dostępu do określonych w danym pakiecie świadczeń opieki zdrowotnej.

Wskazać należy, że zakwestionowane decyzją praktyki, zarówno te wprowadzające konsumentów w błąd, jak i polegające na stosowaniu wobec nich agresywnego nacisku, są związane bezpośrednio ze sprzedażą oferowanych konsumentom pakietów medycznych, znajdujących się w ofercie Spółki.

Natomiast definicję nieuczciwej praktyki rynkowej zawiera art. 4 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 upnpr. Prezes Urzędu zarzucił Spółce stosowanie w pkt I i II sentencji decyzji stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych wprowadzających w błąd oraz w pkt III sentencji decyzji agresywną praktykę rynkową. W związku z powyższym praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 upnpr.

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

Model przeciętnego konsumenta.

Zarzucając Spółce niniejszą decyzją nieuczciwe praktyki rynkowe podlegają ocenie z punktu widzenia modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z przepisem art. 2 pkt 8 upnpr za przeciętnego konsumenta uznaje się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze

poinformowany, uważny i ostrożny. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest więc stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej jako: Trybunał). Stopniowy rozwój orzecznictwa Trybunału doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. Na każdym etapie zawarcia umowy przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany³.

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

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, zwrócić należy uwagę, że Spółka kierowała zaproszenia na organizowane przez siebie spotkania do osób powyżej sześćdziesiątego roku życia, a więc do osób starszych. Świadczą o tym zebrane w materiale dowodowym ulotki z zaproszeniami na organizowane przez Spółkę badania. W jednej z ulotek wskazano, iż dla osób poniżej pięćdziesiątego roku życia koszt badania wynosi 100 zł. Spółka przekazując podmiotom wykonującym połączenia telefoniczne wytyczne co do grupy docelowej osób do których kierowane miałyby być zaproszenia wskazała, iż mają być to osoby w wieku po sześćdziesiątym roku życia.

Wobec powyższego, za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby starsze, tj. zasadniczo powyżej 60 roku życia, z problemami zdrowotnymi. W ocenie Prezesa Urzędu stanowią one grupę szczególnie narażoną na negatywne oddziaływanie zakazanych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców. Dzieje się tak nie tylko z racji cech fizycznych (gorszy wzrok, słuch, spowolnione reakcje), ale również z powodu mniejszego niż przeciętny stopnia poinformowania i braku należytego rozeznania przy ocenie działań przedsiębiorcy. Ze względu na powyższe takie osoby są bardziej ufne i łatwowierne co do zapewnień sprzedawcy. Dlatego też łatwiej można wprowadzić je w błąd i są bardziej podatne na stosowany wobec nich agresywny nacisk, efektem którego są podejmowane pochopnie, niekorzystne dla nich decyzje. Ta grupa społeczna jest w szczególności sposobem narażona na zabiegi socjotechniczne i manipulacyjne,

³ Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51.

a przez to niezwykle podatna na oddziaływanie stosowanych wobec niej nieuczciwych praktyk rynkowych.

2.1.1. Praktyka opisana w pkt I sentencji decyzji

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

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

Zarzucona Spółce w pkt I sentencji decyzji praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieinformowanie w telefonicznych oraz pisemnych zaproszeniach na spotkania organizowane przez Spółkę o handlowym celu praktyki, tj. możliwości zawarcia na zorganizowanym spotkaniu umowy sprzedaży pakietu medycznego.

W toku prowadzonego postępowania ustalono, że Spółka na organizowane pokazy zapraszała potencjalnych klientów drogą telefoniczną, przy wykorzystaniu zewnętrznego telemarketingu. Spółka wykorzystywała również zaproszenia w postaci ulotek.

Przed przedstawieniem rozważań w kwestii stosowania przez Spółkę praktyki zarzuconej w pkt I sentencji decyzji, wymaga podkreślenia, że specyfika działalności Spółki, wynikająca z faktu posługiwania się podmiotami trzecimi przy telefonicznym zapraszaniu konsumentów na organizowane przez nią spotkania, nie wpływa na możliwość przypisania Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Podmioty, którym Spółka zlecała akcje telemarketingowe nie podejmują w tym zakresie żadnych czynności faktycznych ani prawnych w swoim imieniu i na swoją rzecz. Istotne jest bowiem to, że podmioty te realizując połączenia telefoniczne działają w imieniu i na rzecz Spółki. Spółka zlecała ww. podmiotom realizację telefonicznego zapraszania konsumentów na spotkania organizowane przez nią, które to spotkania miały na celu przedstawienie konsumentowi oferty umowy pakietu medycznego sprzedawanego przez Spółkę. W związku z powyższym, w przedmiotowej sprawie Spółka może odpowiadać za stosowanie przedmiotowej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, opisanej w punkcie I sentencji decyzji.

Z analizy zebranego w sprawie materiału dowodowego wyłania się określony, powtarzający się schemat prowadzonych rozmów telemarketerów, którzy przekazują konsumentom podobne informacje. Telemarketerzy informowali konsumentów o możliwości skorzystania z bezpłatnych badań profilaktycznych układu krążenia organizowanych przez Spółkę. Jednak nie przekazywali oni informacji, że na organizowane przez Spółkę spotkania na których odbędą się przedmiotowe badania w istocie mają charakter komercyjny, ponieważ po wykonaniu badań będzie prowadzona prezentacja oferowanego przez Spółkę pakietu medycznego oraz możliwość zawarcia umowy ze Spółką. Jak wynika ze skarg konsumentów byli bowiem przekonani o tym, iż są zapraszani wyłącznie na bezpłatne badania stanu zdrowia. Z okoliczności opisanych w skargach osób, które skorzystały z zaproszeń Spółki wynika, że o tym jaki jest cel spotkania, uczestnik dowiadywał się dopiero po przeprowadzonych badaniach, kiedy to jest mu przedstawiana oferta Spółki w postaci pakietu medycznego, jako remedium na wykryte w trakcie tych badań choroby.

Również w używanych przez Spółkę ulotkach o nazwie: „Zawiadomienie! Bezpłatne badanie pracy serca” oraz „Ogłoszenie. Przyjdź na akcje zimowa profilaktyka gdzie bezpłatnie zostanie wykonane przesiewowe badanie układu krążenia również brak jest informacji, iż po przeprowadzonych badaniach odbędzie prezentacja oferty Spółki z możliwością zawarcia z nią umowy.

W opinii Prezesa Urzędu, przekaz wynikający zarówno z rozmów telefonicznych jak i z ww. ulotek był dla przeciętnego konsumenta jednoznaczny - konsument mógł skorzystać z darmowych badań. Takie zachowanie Spółki wprowadzało przeciętnego konsumenta w błąd co do charakteru wydarzenia, w którym miał uczestniczyć i nie pozwalało mu na zorientowanie się w jego rzeczywistym celu. Tymczasem Spółka organizowała spotkania w zamiarze przedstawienia swojej oferty handlowej w postaci sprzedaży pakietu medycznego. Zdaniem Prezesa Urzędu pierwszoplanowym celem telefonicznego kontaktu z konsumentami było zachęcenie ich do przyścia na spotkanie czego konsekwencją była możliwość przedstawienia oferty Spółki. Nawet dostatecznie uważny i ostrożny przeciętny konsument, którym w niniejszym przypadku jest osoba starsza - po sześćdziesiątym roku życia - nie miał możliwości ustalenia, że przekazane informacje nie są kompletne, a propozycja badań, to w istocie propozycja uczestnictwa w spotkaniu o celu handlowym.

Należy podkreślić, że w każdym wypadku, gdy intencją przedsiębiorcy jest komercyjny cel praktyki, ma on obowiązek poinformowania o tym konsumenta już w momencie pierwszego kontaktu o charakterze bezpośrednim, np. osobistym lub pośrednim, telefonicznym, listownym. W przypadku, w którym przedsiębiorca nie ujawnia wobec konsumenta handlowego celu swojej praktyki rynkowej, konsument zostaje pozbawiony lub ograniczony w prawie do podjęcia swobodnej decyzji rynkowej, która powinna być dokonana w warunkach jasnej, rzetelnej i przejrzystej informacji.

Resumując Spółka zapraszając konsumentów na organizowane przez siebie bezpłatne badania nie wskazywała, że konsumenci będą także uczestniczyli w spotkaniu stricte handlowym, podczas którego prezentowana będzie oferta dotycząca pakietu medycznego oraz będzie istniała możliwość zawarcia umowy w tym zakresie przez co wprowadzała konsumentów w błąd. Spółka w telefonicznych oraz pisemnych zaproszeniach wskazywała jedynie na przeprowadzane przez nią badania, co sprawia, że nawet przeciętny, dostatecznie poinformowany i uważny konsument, nie jest w stanie zorientować się w jakiego rodzaju wydarzeniu w rzeczywistości będzie uczestniczył, a co za tym idzie, nie ma możliwości w sposób obiektywny podjąć decyzji co do ewentualnego w nim udziału. Należy przy tym zauważyć, że w przypadku zaniechania poinformowania konsumenta o handlowym celu spotkania, konsument w jego trakcie zaskoczony jest prezentowaną ofertą sprzedażową i ma ograniczoną możliwość porównania oferty z innymi dostępnymi na rynku, co w konsekwencji może wpłynąć na podjęcie przez niego decyzji o związaniu się ze Spółką umową sprzedaży pakietu medycznego, której w innych warunkach by nie zawarł.

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

Zgodnie z oświadczeniem Spółki dotyczącym zakończenia jej działalności w zakresie sprzedaży pakietów medycznych, zawartym w piśmie z dnia 11 czerwca 2019 r., Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 30 grudnia 2017 r.

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

2.1.2. Praktyka opisana w pkt II sentencji decyzji

Zgodnie z art. 5 ust. 1 upnr, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Przypisana Spółce w pkt II sentencji decyzji praktyka polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez informowanie, przed przedstawieniem im oferty sprzedaży pakietu medycznego, o ich złym stanie zdrowia w oparciu o wyniki uzyskane metodą badań o nazwie pulsoksymetria HRS.

Prezes Urzędu ustalił, że po wykonaniu ww. badań konsumenci byli zapraszani na konsultacje otrzymanych wyników do osobnego stolika na sali gdzie ma miejsce wykład/prelekcja dotycząca służby zdrowia, bądź do osobnego pokoju. W trakcie takiej konsultacji pracownicy Spółki interpretowali wyniki przeprowadzonego badania, zwracając szczególną uwagę na rzekome choroby wykryte w trakcie tych badań, bądź na zagrożenie takimi chorobami w przyszłości, jednocześnie wskazując, że istnieje szansa na wyleczenie/uniknięcie zagrożenia, a pomoc w tym ma wykupienie pakietu medycznego oferowanego przez Spółkę.

Z analizy skarg wynika, że Spółka stosowała określony, powtarzalny mechanizm działania. Przekazywane w trakcie indywidualnych rozmów informacje o wynikach przeprowadzonych badań, miały uwypuklać zły stan zdrowia konsumentów i stworzyć u nich przeświadczenie, że jedyną realną szansą na wyzdrowienie jest udział w organizowanym przez Spółkę programie medycznym. Tymczasem Prezes Urzędu ustalił, że na podstawie uzyskiwanych przez Spółkę wyników badań, poprzez metodę badań pulsoksymetria HRS, nie można jednoznacznie stwierdzić przyczyn odchyień od norm w nich wskazanych, a tym samym dokonać oceny stanu zdrowia konsumenta. Tak jak wskazano w części ustalającej, autor badania metodą o nazwie „pulsoksymetria HRS” - [*****] w odpowiedzi na prośbę Prezesa Urzędu wskazał, iż poprzez przeprowadzenie niniejszego badania zarówno osoba nieposiadająca wykształcenia medycznego, jak i osoba z wykształceniem medycznym nie jest w stanie postawić diagnozy, a wyniki badania w których wystąpiły odchylenia od norm w nich wskazanych muszą zostać potwierdzone w standardowym procesie diagnostycznym. Autor przedmiotowego badania wskazał, również że Spółka posługuje się metodą badań pulsoksymetrii HRS bez jego zgody. W dodatku sami pracownicy Spółki przeprowadzający przedmiotowe badania nie byli osobami z wykształceniem medycznym co wykluczało dokonanie prawidłowej oceny stanu zdrowia.

Odnosząc powyższe działanie do modelu przeciętnego konsumenta, w ocenie Prezesa Urzędu w powyżej opisanych okolicznościach konsument może polegać na informacjach, które otrzymuje bezpośrednio po przeprowadzeniu - w jego wyobrażeniu - profesjonalnego badania. Konsument kierujący się treścią otrzymanych informacji oraz działający w zaufaniu do osoby, która wyraża troskę o jego zdrowie - chociażby poprzez zaproponowanie remedium na wykryte choroby w postaci oferowanego przez Spółkę pakietu medycznego - nie ma realnej możliwości zorientowania się, że przekazywane mu informacje o jego stanie zdrowia mogą być nieprawdziwe. Powyższe może uwiarygadniać otrzymywany przez konsumenta w wyniku badań wydruk z programu komputerowego o nazwie pulsoksymetr HRS. Na odbiór przekazu Spółki przez przeciętnego konsumenta niewątpliwie wpływała informacja o wykrytych lub grożących mu chorobach, tym bardziej, że z zaproszeń Spółki korzystały osoby starsze. Konsumenti niejednokrotnie w skargach podkreślali, że w wyniku uzyskanych informacji o złym stanie zdrowia powstawało u nich poczucie obawy i zagrożenia, w wyniku czego decydowali się na podpisanie ze Spółką umowy. Przedstawienie w takim momencie konsumentowi informacji o tym, że przystąpienie do organizowanego przez Spółkę dostępu do świadczeń zdrowotnych przyczyni się do wyleczenia, bądź zapobiegnięcia wykrytych czy grożących mu chorób bez wątplenia mogło wpłynąć na decyzję dotyczącą przyjęcia oferty Spółki.

W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu, działanie Spółki polegające na ocenianiu stanu zdrowia konsumenta tj. wskazywaniu na ich rzekome choroby, na podstawie wyników badań przeprowadzonych za pomocą metody pulsoksymetrii HRS - bez potwierdzenia ewentualnych nieprawidłowości w ramach standardowego procesu diagnostycznego, przed zaoferowaniem umowy sprzedaży pakietu medycznego, służyło

wywotywanu u konsumenta niezgodnego z rzeczywistością wrażenia, iż w wyniku przeprowadzonych badań rozpoznano u niego chorobę, bądź inne zagrożenie dla jego zdrowia. Takie działanie, w ocenie Prezesa Urzędu, nie służyło przekazywaniu rzetelnej informacji o kondycji zdrowotnej konsumenta, lecz miało na celu wywołanie potrzeby nabycia pakietu medycznego oferowanego przez Spółkę przez wzbudzenie uczucia zagrożenia, związanego z sugerowanym złym stanem zdrowia. W konsekwencji wyżej opisane postępowanie Spółki mogło powodować przyjęcie przez konsumenta przedstawionej mu przez Spółkę propozycji zawarcia umowy sprzedaży pakietu medycznego, której w innych warunkach by nie przyjął.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 upnr. Uwzględniając, że działania te naruszają także zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Spółki dotyczącym zakończenia jej działalności w zakresie sprzedaży pakietów medycznych, zawartym w piśmie z dnia 11 czerwca 2019 r., Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 30 grudnia 2017 r.

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

2.1.3. Praktyka opisana w pkt III sentencji decyzji

Zgodnie z art. 8 ust. 1 upnr praktykę rynkową uznaje się za agresywną, jeżeli przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Za niedopuszczalny nacisk uważa się każdy rodzaj wykorzystania przewagi wobec konsumenta, w szczególności użycie lub groźbę użycia przymusu fizycznego lub psychicznego, w sposób znacznie ograniczający zdolność przeciętnego konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy (art. 8 ust. 2 upnr).

Zarzucona Spółce praktyka polega na stosowaniu wobec konsumentów przy zawieraniu umowy sprzedaży pakietu medycznego niedopuszczalnego nacisku polegającego na ponagłaniu konsumentów w podpisywaniu wyżej wymienionej umowy oraz stwarzaniu warunków uniemożliwiających im zapoznanie się z jej treścią.

Z materiału dowodowego wynika, że w trakcie indywidualnych konsultacji, po przedstawieniu oferty umowy sprzedaży pakietu medycznego pracownicy Spółki, poprzez stwarzanie u konsumentów wrażenia, iż umowa musi zostać szybko podpisana, ograniczali czas na zapoznanie się z jej warunkami, a niekiedy nawet całkowicie uniemożliwiali jej przeczytanie. Personel Spółki na różne sposoby odwracał uwagę konsumentów od treści umowy, poprzez zagadywanie lub zadawanie pytań niezwiązanych z przedmiotem umowy, co utrudniało konsumentom zapoznanie się z nią. W niektórych przypadkach konsumenci w swoich skargach wskazywali, że są wręcz otaczani pracownikami Spółki namawiającymi do podpisania umowy. Ponaglanie polegało także na sugerowaniu konsumentowi, iż potrzebuje on natychmiast szybkiej opieki specjalistycznej. Niektórzy konsumenci w swoich skargach pisali, że nie pozwolono im skonsultować się z osobami niebiorącymi udziału w spotkaniu. Skutkiem takich działań było to, iż konsument nie miał możliwości swobodnego przemyślenia swojej decyzji czy zapoznania się z umową przed jej podpisaniem, a tym samym podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy.

Należy zauważyć, że zagwarantowanie przez przedsiębiorcę możliwości i odpowiedniego czasu na zapoznanie się z treścią zaproponowanej przez niego umowy, zapewnia konsumentowi możliwość podjęcia przez niego świadomej decyzji co do jej zawarcia. W skargach konsumenci wskazywali, że nacisk stosowany przy podpisywaniu umów, uniemożliwił im analizę doręczonego kompletu dokumentów, a niekiedy nie mieli oni w ogóle możliwości zapoznania się z przedłożonymi dokumentami. Konsumenci niejednokrotnie w swoich skargach wskazywali, iż nie podjęliby decyzji o związaniu się umową oferowaną przez Spółkę, gdyby mieli faktyczną możliwość zapoznania się z jej treścią.

Art. 8 ust. 3 upnpr wskazuje aby przy ocenie czy praktyka rynkowa jest agresywna, uwzględnić wszystkie jej cechy i okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w szczególności: 1) czas, miejsce, rodzaj lub uciążliwość danej praktyki; 2) celowe wykorzystanie przez przedsiębiorcę przymusowego położenia konsumenta lub innych okoliczności na tyle poważnych, że ograniczają one zdolność konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy; 3) uciążliwe lub niewspółmierne bariery pozaumowne, które przedsiębiorca wykorzystuje, aby przeszkodzić konsumentowi w wykonaniu jego praw umownych, w tym prawa do odstąpienia i wypowiedzenia umowy lub do rezygnacji na rzecz innego produktu lub przedsiębiorcy; 4) groźby podjęcia działania niezgodnego z prawem lub użycie obraźliwych sformułowań bądź sposobów zachowania.

Na niniejszą praktykę ma wpływ moment w jakim dochodziło do zawarcia umowy tj. okres bezpośrednio po wykonaniu badań, po których konsument dowiadywał się o swoim rzekomo złym stanie zdrowia. Dodatkowo konsument, który przyszedł na miejsce spotkania skorzystać z darmowych badań zaskoczony był faktem oferowania mu przez Spółkę zawarcia umowy. Konsument będąc pod wpływem emocji wywołanych informacją o jego złym stanie zdrowia może odnieść wrażenie, iż zaofiarowana przez przedstawicieli Spółki umowa musi zostać jak najszybciej podpisana.

Następną okolicznością mającą wpływ na ocenę niniejszej praktyki jest to, iż osoby do których Spółka kierowała ofertę dotyczącą zawarcia ww. umowy, to osoby starsze. Jak ustalono w niniejszej sprawie przeciętnym konsumentem do którego Spółka kierowała swoje praktyki to osoby powyżej 60 roku życia - więc z uwagi na wiek potencjalnie narażone na różnego rodzaju schorzenia. Jest to grupa konsumentów szczególnie podatna na różnego rodzaju manipulacje, zwłaszcza gdy chodzi o kwestie związane ze zdrowiem. Co więcej, osoby te są bardziej ufne oraz uległe na zapewnienia bądź sugestie składane przez przedsiębiorców.

Uwzględniając powyższe okoliczności, informowanie konsumentów przez pracowników Spółki o wykrytych chorobach w trakcie badania, a następnie ponaglanie ich do szybkiego zawarcia umowy sprzedaży pakietu medycznego, czy odwracanie ich uwagi w taki sposób aby uniemożliwić im zapoznanie się z jej treścią lub też wskazywanie na potrzebę szybkiego objęcia leczeniem było wykorzystywaniem trudnej sytuacji w jakiej znalazł się konsument oraz miało na celu ograniczenie jego zdolności do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy. Tym samym takie zachowanie stanowiło wykorzystanie przez przedsiębiorcę jego przewagi wobec konsumenta. Podkreślenia również wymaga, że takie działanie w znaczny sposób ograniczało swobodę wyboru konsumenta i mogło powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy której inaczej by nie podjął.

Konsumenci, którzy podpisali ze Spółką umowy sprzedaży pakietu medycznego, częstokroć zawierali także umowy pożyczki na sfinansowanie tego pakietu. Uczestnicy organizowanych przez Spółkę spotkań zazwyczaj nie byli przygotowani finansowo do poniesienia kosztów związanych z podpisaniem umowy. W związku z tym bezpośrednio po przeprowadzonych konsultacjach, pracownicy Spółki nakłaniali konsumentów do zawarcia umowy pożyczki na sfinansowanie umowy pakietu medycznego informując, iż trzeba jak najszybciej wpłacić pieniądze, ponieważ niezwłoczna wpłata pozwoli na uruchomienie procesu leczenia. Pracownicy Spółki w tym celu doprowadzali konsumentów do banku, a także asystowali im

przy czynnościach związanych z zawieraniem tej umowy, do chwili przekazania pożyczonej kwoty pracownikowi Spółki. Takie działania ograniczają zdolność konsumenta do podjęcia przez niego świadomej decyzji również w zakresie ww. umowy pożyczki. Konsumentom w skargach niejednokrotnie wskazywali, że nie mieli świadomości, iż zawierają umowę pożyczki na oferowany przez Spółkę pakiet usług medycznych, niektórzy nawet wskazywali, że zostali przymuszeni do zawarcia umowy pożyczki na sfinansowanie ww. pakietu.

W związku z powyższym Spółka, przy przedstawianiu oferty umowy pakietu medycznego oraz przy zawieraniu przez konsumenta umowy pożyczki na sfinansowanie jego zakupu w znaczny sposób ograniczała konsumentom swobodę wyboru co do skorzystania z jej oferty. Powyższych działań dopuszczała się poprzez stosowanie niedozwolonego nacisku polegającego na wywieraniu na konsumentów presji, poprzez ponaglanie oraz rozpraszanie ich uwagi przy podpisywaniu umowy, a także poprzez doprowadzanie ich do banku i asystowanie im przy zawieraniu przez nich ww. umowy pożyczki, przez co konsumentom byli pozbawieni możliwości zapoznania się z warunkami umowy pakietu medycznego oraz warunkami umowy pożyczki na sfinansowanie pakietu medycznego, a tym samym możliwości swobodnego wyboru. Takie działania ograniczały swobodę wyboru konsumenta i mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy której inaczej by nie podjął.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki stanowią agresywną praktykę rynkową w rozumieniu art. 8 ust. 1 i ust. 2 upnpr. Uwzględniając, że działania te naruszają także zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Spółki dotyczącym zakończenia jej działalności w zakresie sprzedaży pakietów medycznych, zawartym w piśmie z dnia 11 czerwca 2019 r., Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 30 grudnia 2017 r.

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

2.2 Zarzut dotyczący naruszenia ustawy o prawach konsumenta - praktyka opisana w pkt IV sentencji decyzji

Wskazana w pkt IV sentencji decyzji praktyka polega na zawarciu w stosowanej przez Spółkę umowie sprzedaży pakietu medycznego pouczenia wskazującego na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 38 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta, podczas gdy przepis ten nie znajduje zastosowania do oferowanej przez przedsiębiorcę umowy sprzedaży pakietu medycznego, co narusza art. 27 ustawy o prawach konsumenta.

Przed przedstawieniem rozważań dotyczących zarzuconej Spółce praktyki z pkt IV sentencji decyzji, należy zwrócić uwagę na kwestię stosowania przepisów ustawy o prawach konsumenta do oferowanej przez Spółkę umowy sprzedaży pakietu medycznego o nazwie: „Umowa Pakiet medyczny” - treść umowy opisana na stronie 14-15 niniejszej decyzji.

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

Należy zauważyć, że świadczenia zdrowotne wchodzące w skład oferowanego przez Spółkę pakietu (np. przeprowadzenie badania laboratoryjnego, konsultacja z lekarzem określonej

specjalizacji, masaż limfatyczny), do których konsument poprzez zawarcie umowy sprzedaży określonego pakietu medycznego otrzymywał dostęp, były realizowane za pośrednictwem placówek medycznych oraz przez personel medyczny (pracowników służby zdrowia). Skorzystanie z tych świadczeń, niezależnie od tego czy są one realizowane na zlecenie Spółki przez podmiot trzeci, czy też przez samą Spółkę, ma charakter potencjalny (konsument w ramach opcji zawartych w wybranym przez niego abonamencie decyduje, czy skorzysta z danej usługi zdrowotnej czy nie) oraz uwarunkowane jest uprzednim zawarciem między konsumentem a Spółką umowy sprzedaży pakietu medycznego. W związku z tym, celem zawarcia tej umowy jest przystąpienie przez konsumenta do zorganizowanej przez Spółkę usługi polegającej na zapewnieniu dostępu do wskazanych w pakiecie medycznym świadczeń zdrowotnych. Natomiast warunki korzystania ze świadczeń wchodzących w skład zakupionego przez konsumenta pakietu były określone w zawieranej z nim odrębnej od umowy sprzedaży pakietu medycznego umowie o świadczenie usług medycznych o nazwie „*Aneks nr_ do_ umowy o świadczenie usług zdrowotnych*”.

Ze względu na powyższe, do zawieranej przez Spółkę z konsumentami umowy sprzedaży pakietu medycznego nie stosuje się wyłączenia ustawy o prawach z konsumenta wskazanego w art. 3 ust. 1 pkt 7 tej ustawy, ponieważ przepis ten odnosi się do umów dotyczących skonkretyzowanych usług zdrowotnych, których realizacja następuje poprzez wykonanie takiej usługi, a nie umowy sprzedaży pakietu w ramach którego konsument otrzymuje dostęp do zorganizowanych przez przedsiębiorcę usług medycznych, z których konsument potencjalnie będzie mógł skorzystać w przyszłości (tj. w okresie na jaki został wykupiony przedmiotowy pakiet). Tym samym do niniejszej umowy znajdują zastosowanie przepisy ustawy o prawach konsumenta, w tym zawarte w niej przepisy dotyczące prawa odstąpienia od umowy. Dodać należy, że Spółka sama wskazała, iż do oferowanych przez nią umów znajdzie zastosowanie ustawa o prawach konsumenta. Zgodnie bowiem z par. 8 ust. 3 umowy o nazwie „*Aneks nr_ do_ umowy o świadczenie usług zdrowotnych*”: „*W sprawach nieuregulowanych w niniejszej umowie stosuje się odpowiednio przepisy ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta.*”

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

Natomiast, jak już wskazano w części ustalającej niniejszej decyzji, Spółka w stosowanym przez nią wzorcu umowy sprzedaży pakietu medycznego zawarła pouczenie wskazujące na brak możliwości skorzystania przez konsumenta z wyżej wymienionego uprawnienia powołując się na wskazane w art. 38 ustawy o prawach konsumenta wyłączenie prawa odstąpienia od umowy:

„Kupujący oświadcza, że został poinformowany o treści art. 38 z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. 2014 poz. 827, z późn. zm.). Stosownie do treści tego przepisu, prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umowy o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy.”

Konsument zawierając ze Spółką ww. umowę poświadczając dodatkowo podpisem pod niniejszym pouczeniem, iż zapoznał się z jego treścią. W dodatku, przy zawieraniu niniejszej umowy konsumentom otrzymują również do podpisu odrębne od ww. umowy oświadczenie o następującej treści: „*Rozpoczynając roczny pakiet profesjonalnego programu medycznego, jestem świadomy (świadoma), że tylko pełna współpraca,*

pociągnie za sobą spodziewane rezultaty, dlatego oświadczam, że będę sumiennie korzystać z tego programu. Jednocześnie zostałam (zostałem) poinformowany, że nie mogę z niego zrezygnować."

Zgodnie z ofertą Spółki, konsument mógł wykupić pakiet na okres 12, 24, 36 lub 48 miesięcy. Tym samym Spółka zobowiązywała się, na warunkach określonych w wybranym przez konsumenta pakiecie, zapewnić konsumentowi dostęp do danych świadczeń zdrowotnych przez cały okres na jaki przedmiotowy pakiet został wykupiony. Tak jak wcześniej wskazano, ustawa o prawach konsumenta w art. 27 przyznaje konsumentowi możliwość odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Przedmiotowy akt prawny w przytoczonym przez Spółkę art. 38 pkt 1 wskazuje na wyjątek, kiedy ww. prawo odstąpienia od umowy będzie wyłączone. Jedną z przesłanek zastosowania wskazanego w art. 38 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta wyłączenia prawa odstąpienia od umowy jest wykonanie przez przedsiębiorcę w pełni świadczonej przez niego usługi za wyraźną zgodą konsumenta. W związku z tym aby zastosować niniejsze wyłączenie, wykonanie przez przedsiębiorcę usługi w pełni musi nastąpić przed upływem terminu na odstąpienie od umowy (tj. przed upływem 14 dni od dnia zawarcia umowy). W związku z tym wyłączenie to nie znajdzie zastosowania do zawieranej przez Spółkę z konsumentami umowy sprzedaży pakietu medycznego oraz umowy o świadczenie usług zdrowotnych, ponieważ Spółka nie wykonuje swojego świadczenia w pełni przed upływem terminu na odstąpienie od umowy (Spółka organizuje świadczenia minimum na okres 12 miesięcy). Reasumując, nie ma możliwości zastosowania wskazanego w art. 38 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta wyłączenia prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, do umów zawieranych przez Spółkę z konsumentami, ponieważ ich wykonanie nastąpi dopiero po upływie wskazanego w nich okresu na jaki zostały one zawarte.

W związku z powyższym Spółka naruszała art. 27 ustawy o prawach konsumenta ustanawiając w oferowanej konsumentom umowie, pouczenie wskazujące na brak prawa odstąpienia od tej umowy w związku z treścią art. 38 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu takie zachowanie Spółki miało prowadzić do powstania u konsumenta, który zawarł ze Spółką przedmiotową umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, mylnego wyobrażenia, iż nie przysługuje mu prawo odstąpienia w od umowy. Pod wpływem zamieszczonych przez Spółkę ww. pouczeń konsumentów zawierający ze Spółką umowę poza jej lokalem mogli zrezygnować z przysługującego im prawa.

Należy także zwrócić uwagę, że art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta zobowiązuje przedsiębiorcę do poinformowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta, a także o wzorze stosowanego przez niego formularza odstąpienia od umowy. W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca ma obowiązek udzielić konsumentowi informacji o których mowa w art. 12 ustawy o prawach konsumenta (w tym o prawie odstąpienia oraz o wzorze formularza odstąpienia od umowy), utrwalonych na papierze lub, jeżeli konsument wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku, w sposób czytelny i wyrażonych prostym językiem (art. 14 ust. 1 ustawy o prawach konsumenta). Spółka tych obowiązków również nie spełniła.

Podkreślenia wymaga, że w przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa prawo odstąpienia od umowy jest podstawowym uprawnieniem przywracającym równowagę stron w relacjach przedsiębiorca - konsument. W sytuacji składania propozycji zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość konsument może być zaskoczony złożoną ofertą oraz znajdować się pod presją jej przyjęcia. Możliwość skorzystania z prawa odstąpienia od umowy daje konsumentowi szansę na ponowne przemyślenie swojej decyzji oraz zweryfikowanie przedstawionej

oferty. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument został o tym prawie w sposób należyty i we właściwym czasie poinformowany.

Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, działanie Spółki polegające na stosowaniu w zawieranych przez nią z konsumentami, poza lokalem przedsiębiorstwa, umowach sprzedaży pakietu medycznego wskazanych pouczeń naruszało art. 27 ustawy o prawach konsumenta. Uwzględniając, że działanie to naruszało także zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z oświadczeniem Spółki dotyczącym zakończenia jej działalności w zakresie sprzedaży pakietów medycznych, zawartym w piśmie z dnia 11 czerwca 2019 r., Prezes Urzędu ustalił, że praktyka ta zakończyła się z dniem 30 grudnia 2017 r.

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

3. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów wtedy, gdy skierowane jest do potencjalnie nieograniczonego kręgu konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r., sygn. III SK 27/07⁴ Sąd Najwyższy wskazał, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór z zastrzeżeniem jednak, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia zbiorowy interes konsumentów nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. W ocenie Sądu Najwyższego wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem danego przedsiębiorcy⁵. W związku z powyższym, przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości.

W ocenie Prezesa Urzędu kwestionowane zachowania Spółki wskazane w pkt I-IV niniejszego postanowienia naruszają interesy konsumentów. Nie ulega przy tym wątpliwości, iż interes konsumentów, do którego naruszenia dochodzi wskutek zachowania Spółki ma charakter zbiorowy. Spółka kieruje zaproszenia na organizowane przez siebie spotkania do osób powyżej sześćdziesiątego roku życia, niemniej jednak z zaproszenia potencjalnie może skorzystać każdy konsument bez względu na wiek, a tym samym być zagrożony stosowanymi przez Spółkę praktykami. W związku z tym działania Spółki mogły dotknąć z góry nieograniczonego i bliżej nieokreślonego kręgu odbiorców - każdego kto skorzysta z zaproszenia na bezpłatne badania organizowane przez Spółkę. Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszały zbiorowe interesy konsumentów.

⁴ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 kwietnia 2008 r., sygn. III SK 27/07, OSNP 2009/13-14/188.

⁵ por. R. Stefanicki, „Ochrona zbiorowych interesów konsumentów w świetle ustawodawstwa Unii Europejskiej na przykładzie dyrektywy z 19 maja 1998 r”, PUE 2002, Nr 2, s. 26.

Koszty postępowania

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

W punktach I-IV sentencji niniejszej decyzji organ ochrony konkurencji i konsumentów w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stwierdził naruszenie przez Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie przepisów uokik (art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik). Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 uokik pozwalająca na obciążenie przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki w kwocie **112,20 zł** (słownie: sto dwanaście złotych i dwadzieścia groszy). Wydatki te objęły opłaty związane z doręczeniem czternastu pism za zwrotnym potwierdzeniem odbioru (koszt wysłania każdego pisma to 7,80 zł, od dnia 1 kwietnia 2019 r. - 8,40 zł).

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

Pouczenie

Na podstawie art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1460; dalej jako Kodeks postępowania cywilnego) od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku 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, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2019 r. poz. 785, ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł.

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

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

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

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

Otrzymuje:

1. a/a
2. **Centrum Medyczne Rehabilitacji i Fizjoterapii Sp. z o.o.**
(dawniej: Medical M2 Sp. z o.o.)
ul. Kijowska 11
04-743 Warszawa