



PREZES
URZĘDU OCHRONY
Konkurencji i Konsumentów
Delegatura we Wrocławiu
50-224 Wrocław, pl. Strzelecki 25
tel.(071) 323 63 80, fax (071) 323 63 98
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61-2/14/JM

Wrocław, 22.12.2014 r.

DECYZJA RWR 43 /2014

I. Na podstawie art. 26 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie przedsiębiorcy polegające na zamieszczeniu w stosowanym przez tego przedsiębiorcę wzorcu umownym p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point” następujących postanowień o treści:

- pkt 3.5. „*W przypadku rozwiązania umowy z innych przyczyn niż wskazanych w pkt 3.5 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty*”
- pkt 3.9 . „*W przypadku rozwiązania umowy z przyczyn wskazanych w art. 3.8, 3.9 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty*”.
- pkt 1.13 „*W przypadku niemożności pobrania należności (...) Członek zostanie obciążony kwotą 10 zł za każdą niepomyślną próbę ściągnięcia należności, oraz kwotą 15 zł za każde przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty stanowiącymi zryczałtowane koszty transakcji bankowych oraz kosztów administracyjnych związanych ze ściąganiem należności.*”

które są tożsame z postanowieniami umownymi wpisanymi, na podstawie art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, **i nakazuje się zaniechania jej stosowania.**

II. Na podstawie art. art. 27 ust.1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie przedsiębiorcy polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez nierespektowanie prawa konsumentów do odstąpienia od umowy o korzystanie z usług świadczonych przez przedsiębiorcę ze względów zdrowotnych, co może stanowić naruszenie art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206),
i stwierdza się jej zaniechanie stosowania z dniem 1 października 2013 r.

III. Na podstawie art. art. 27 ust.1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działanie przedsiębiorcy polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez zamieszczanie w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive”, świadczonej przez przedsiębiorcę w określonym promocją czasie, wynosi 89,95 zł (przy umowach zawieranych na 14 miesięcy), co może stanowić naruszenia art. 4 ust. 1 w zw. z art. 7 pkt 7 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206)
i stwierdza się jej zaniechanie stosowania z dniem 23 kwietnia 2014 r.

IV. Na podstawie art. 106 ust.1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach **karę pieniężną** w wysokości:

- a) **13.299** zł (słownie: trzynaście tysięcy dwieście dziewięćdziesiąt dziewięć złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt II, sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa,
- b) **6.138** zł (słownie: sześć tysięcy sto trzydzieści osiem złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt III, sentencji decyzji, płatną do budżetu państwa.

UZASADNIENIE

1.1. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „Prezes Urzędu”, postanowieniem nr 42/2014 z dnia 14 lutego 2014 r., zmienionym postanowieniem nr 121/2014 z dnia 29 maja 2014 r., wszczął z urzędu postępowanie administracyjne w sprawie podejrzenia stosowania przez Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach, dalej: „Fitness” lub „Spółka”, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w:

a) art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej: „ustawa o ochronie (...)”, polegających na zamieszczeniu w stosowanym przez tego przedsiębiorcę wzorcu umownym p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point”, dalej: „Warunki członkostwa”, następujących postanowień o treści:

- pkt 3.5. „*W przypadku rozwiązania umowy z innych przyczyn niż wskazanych w pkt 3.5 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty*”

- pkt 3.9 . „*W przypadku rozwiązania umowy z przyczyn wskazanych w art. 3.8, 3.9 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty*”.

- pkt 1.13 „*W przypadku niemożności pobrania należności (...) Członek zostanie obciążony kwotą 10 zł za każdą niepomyślną próbę ściągnięcia należności, oraz kwotą 15 zł za każde przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty stanowiącymi zryczałtowane koszty transakcji bankowych oraz kosztów administracyjnych związanych ze ściąganiem należności.*”

które mogą być postanowieniami umownymi wpisanymi na podstawie art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, dalej: „Rejestr”, m.in. pod pozycjami: 835, 1261, 834, 1260, 1278, 1796,

b) w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie (...), polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez:

- nierespektowanie prawa konsumentów do odstąpienia od umowy o korzystanie z usług świadczonych przez przedsiębiorcę ze względów zdrowotnych, co może stanowić naruszenie art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 20 września 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (j.t. Dz. U. z 2007 r., nr 171, poz. 1206), dalej: „ustawa o przeciwdziałaniu n.p.r”,

- zamieszczanie w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive”, świadczonej przez przedsiębiorcę w określonym promocją czasie, wynosi 89,95 zł (przy umowach zawieranych na 14 miesięcy), co może stanowić naruszenia art. 4 ust. 1 w zw. z art. 7 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Jednocześnie, ww. postanowieniem nr 42 /2014 z dnia 14.02.2014 r., zmienionym postanowieniem nr 121/2014 z dnia 29 maja 2014 r., Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów materiały zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym sygn. akt RWR 403-45/13/JM tj.:

a) wzorec umowny p.n. „Warunkach członkostwa w Klubie Fitness Point”,

b) ulotki reklamowe (3 karty),

c) dwie skargi konsumentów przesłane do Delegatury Urzędu we Wrocławiu za pocztą elektroniczną,

d) pisma przedsiębiorcy z dnia 4 listopada 2014 r. i z dnia 12 grudnia 2013 r.
(dowód: karta 1-27)

1.2. W odpowiedzi na postawiony zarzut Spółka podała, iż cyt.: „(...) zaprzestała stosowania wzorca umownego Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point w brzmieniu objętym niniejszym postępowaniem. Korzystając z wytycznych i wskazówek wynikłych z postępowania prowadzonego przed tut. Urząd sygn. akt: RWR 403-45/13/JM od dnia 25 października 2013 r. wprowadzono do stosowania nowe Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point.” Jednocześnie Fitness przysłał nowy ww. wzorzec umowy.

Fitness podał także, że cyt.: „(...) respektuje składane przez Członków rezygnacje z Członkostwa z uwagi na stan zdrowia. Klub nie dokonuje oceny (weryfikacji faktycznej) przedkładanych przez Członków zaświadczeń lekarskich i w żadnym przypadku nie dokonywał podważania ich treści i zawartych w nim zaleceń. W tym zakresie Klub podtrzymuje również swoje stanowisko szeroko zaprezentowane w pisma z dni: 04 listopada 2013 r. i 12 grudnia 2013 r. (...) Jednocześnie doprecyzowania wymaga fakt, iż przypadki nieuwzględnienia przez Klub przedkładanych przez Członków zaświadczeń lekarskich wiązały się wyłącznie z następującymi wątpliwymi okolicznościami:

- a. zaświadczenia lekarskie były dostarczane do Klubu nieczytelne i uniemożliwiały weryfikację czy wydane zostały na rzecz Członka Klubu i czy wskazywały na brak możliwości korzystania z usług Klubu,
- b. zaświadczenia lekarskie nie wskazywały w żaden sposób na niemożność korzystania przez Członka Klubu z usług oferowanych przez Klub,
- c. zaświadczenia lekarskie przedkładane przez Członków Klubu wystawiane były przez lekarzy posiadających specjalizacje nie korespondujące ze schorzeniem wskazanym w zaświadczeniu,
- d. przedstawienie w Klubie wykluczającej się dokumentacji w postaci przedłożenia zaświadczenia lekarskiego wskazującego na przeciwwskazania do ćwiczeń fizycznych – jak i dokumenty o treści odmiennej – kartę powołania do wojska, która wskazywała na zdolność do czynnej służby wojskowej (kat. A),
- e. zaświadczenie lekarskie wskazujące na schorzenia lub kontuzje o charakterze przejściowym, w których Klub oferował Członkom zamrożenie członkostwa w Klubie na czas umożliwiający Członkowi rekonwalescencję, co wiązało się z anulowaniem wszelkich opłat.

Co również istotne od ostatniego kwartału 2013 r. Klub, co do zasady, uznaje wszelkie rezygnacje Członków na tle zdrowotnym, informując jednakże o możliwości dochodzenia odszkodowania, o którym mowa w art. 746 § 1 k.c.”

Ustosunkowując się do ostatniego z zarzutów tj. zamieszczenia w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive”, świadczonej przez przedsiębiorcę w określonym promocyjnym czasie wynosi 89,95 zł Fitness podał, iż cyt.: „Cena 89,95 zł dotyczy pakietu all Inclusive 14 (umowa zawierana na okres 14 miesięcy). Oferta ta (cena) obowiązuje od początku działalności Klubu z tym zastrzeżeniem, iż w różnych okresach, w zależności od akcji promocyjnych klient w ramach tej ceny otrzymywał różne dodatkowe usługi lub bonifikaty.

Odnosnie zaś wysokości opłat wskazać należy, iż wysokość opłat członkowskich jest wyraźnie określona w Umowie Członkowskiej oraz Warunkach Członkostwa, podpisywanych przez każdego Członka Klubu, z którymi zapoznaje się on przed ich podpisaniem. Już z samego tego powodu nie sposób twierdzić, że konsument nie ma pełnej informacji co do kosztów korzystania z usług Klubu, a tym samym materiał reklamowy wpływa (może wpływać) na podjęcie przezeń decyzji w kwestii przystąpienia do Klubu. Co więcej, przed przystąpieniem do Klubu każdy Członek zapoznaje się (ma możliwość zapoznania się) z postanowieniami Umowy i Warunkami Członkostwa, które wprost wskazują wysokość opłat. Co więcej oba dokumenty znajdują się na jednej karcie.”

(dowód: karta nr 28-31, 81-82)

I. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

2.1. Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach prowadzi działalność gospodarczą od dnia 1 maja 2012 r. na podstawie wpisu do KRS (numer wpisu 0000415722 dla spółki komandytowej, numer wpisu 0000414495 dla spółki z ograniczoną odpowiedzialnością). Przedmiotem działania jest m.in. działalność obiektów służących poprawie kondycji fizycznej. Spółka prowadzi trzy kluby fitness, dalej: „klub”, po jednym w Katowicach, Wrocławiu i Szczecinie. Członkiem klubu fitness może być każda osoba pełnoletnia lub osoba która ukończyła 16 lat za pisemną zgodą rodziców.

(dowód: karta nr 8, 14-16, 67-78, 80, 83-85, 88, 105-107, 115, 126, 134)

2.2. Do prowadzonych przez Spółkę klubów fitness konsumenci przystępują na podstawie umowy o członkostwo. Zasady członkostwa określone zostały m.in. we wzorcu umownym „Warunki członkostwa”, stanowiącym integralną część „Umowy o członkostwo” (pkt 1.1. tej umowy), w którym Prezes Urzędu dopatrzył się postanowień (pkt 1 uzasadnienia decyzji) tożsamyh z niedozwolonymi postanowieniami umownymi zamieszczonymi w Rejestrze, na podstawie wyroków Sądu ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej: „SOKiK”, pod pozycjami :

- 835 „*W przypadku przerwania studiów w trakcie semestru, student zobowiązany jest do zapłacenia czesnego za cały semestr, a czesne zapłacone nie podlega zwrotowi*” (wyrok SOKiK z dnia 6 kwietnia 2006 r., sygn. akt XVII AmC 79/05)
- 1261 „*Student rezygnujący z własnej woli ze studiów w trakcie semestru ma obowiązek wniesienia całości opłat za dany semestr.*” (wyrok z dnia 26 lipca 2006 r., sygn. akt XVII AmC 80/05).
- 834 „*Rozwiązanie umowy w trakcie trwania semestru nie zwalnia z obowiązku zapłaty całości czesnego wymagalnego za bieżący semestr*” (wyrok SOKiK z dnia 6 kwietnia 2006 r., sygn. akt XVII AmC 79/05).
- 1260 „*Student skreślony w trakcie semestru z listy studentów ma obowiązek wnieść należne czesne oraz pozostałe opłaty za semestr w pełnej wysokości.*” (wyrok z dnia 26 lipca 2006 r., sygn. akt XVII AmC 80/05).
- 1278 „*Student skreślony z listy studentów ma obowiązek wnieść opłaty do pełnej wysokości obowiązujących za dany semestr.*” (wyrok z dnia 12 lipca 2006 r., sygn. akt XVII AmC 116/05 i wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 6 lipca 2007 r. sygn. VI ACa 295/07).
- 1796 „*W przypadku niewykonania zobowiązań wynikających z niniejszej umowy Kredytobiorca poniesie koszty związane z monitorowaniem Kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie Kredytobiorcy związane z nieterminową spłatą kredytu - 13 PLN; 2) korespondencja kierowana do Kredytobiorcy związana z nieterminową spłatą kredytu (zawiadomienie, upomnienie, prośba o dopłatę, wystawienie Bankowego Tytułu Egzekucyjnego), za każde pismo. Opłata za korespondencję kierowaną do poręczycieli Bank obciąża dodatkowo Kredytobiorców według tych samych stawek - 15 PLN; 3. wyjazd interwencyjny do Kredytobiorcy - 50 PLN*”. (wyrok z dnia 06 sierpnia 2009 r., sygn. akt XVII AmC 624/09).

(dowód: rejestr klauzul niedozwolonych

http://uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php, karta nr 8,30, 81,)

2.3. Kwestionowane postanowienie o treści „*W przypadku rozwiązania umowy z innych przyczyn niż wskazanych w pkt 3.5 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty*” (w postanowieniu tym błędnie wskazano pkt 3.5 zamiast 3.4) nie miało zastosowania w sytuacjach:

3.4 „W czasie minimalnego okresu członkostwa Członek może zrezygnować ze swojego członkostwa, z następujących powodów:

- a) gdy Klub rażąco narusza warunki Umowy i pomimo pisemnego wezwania udzielającego mu 21 dniowego terminu na zaniechanie naruszeń nie naprawia takiej sytuacji; lub
- b) z istotnych i istniejących względów medycznych dotyczących Członka uniemożliwiających mu korzystanie z usług Klubu (potwierdzonych odpowiednim zaświadczeniem lekarskim).

Natomiast sytuacje, do których odnosi się kwestionowany zapis pkt 3.9 o treści: „W przypadku rozwiązania umowy z przyczyn wskazanych w art. 3.8, 3.9 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty” zostały określone faktycznie w pkt 3.7 i 3.8 „Warunków członkostwa”, a nie jak błędnie wskazano w pkt 3.8 i 3.9. Z ich treści wynika:

3.7 „Członkostwo może zostać rozwiązane przez Klub bez wypowiedzenia, jeżeli kontynuacja członkostwa może zaszkodzić reputacji i interesom Klubu, w szczególności z powodu, agresywnego lub groźnego zachowania, wandalizmu lub innych zachowań niezgodnych z zasadami współżycia społecznego”

3.8. „Członkostwo może zostać rozwiązane przez Klub bez wypowiedzenia, jeżeli:

- a) Członek naruszy warunki niniejszej umowy, lub
- b) Opłaty Członkowskie lub inne płatności pozostaną nieuregulowane, jeżeli pomimo powiadomienia Członka o zaległości, płatność nie została uregulowana w terminie wskazanym przez Klub”.

(dowód: karta nr 8)

2.4. Zgonie z punktem 1.13 „Warunków członkostwa” „W przypadku niemożności pobrania należności (...) Członek zostanie obciążony kwotą 10 zł za każdą niepomyślną próbę ściągnięcia należności, oraz kwotą 15 zł za każde przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty, stanowiącymi zryczałtowane koszty transakcji bankowych oraz kosztów administracyjnych związanych ze ściągnięciem należności.” Natomiast w pkt 1.11 tego wzorca umownego wskazano, iż wszelkie płatności wynikające z tytułu zawartej umowy będą dokonywane wyłącznie w formie „obciążenia rachunku-polecenia zapłaty” z rachunku bankowego konsumenta, za jego pisemną zgodą. W przypadku dwukrotnej niemożności pobrania opłaty ww. metodą Spółka, za pisemną zgodą konsumenta, mogła dokonać obciążenia jego karty kredytowej lub debetowej (pkt 1.12) .

(dowód: karta nr 8)

2.5. Z dniem 25 października 2013 r. Spółka wprowadziła nowy wzorec p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point”, dalej: „Nowe warunki członkostwa”, w którym brak jest kwestionowanych zapisów. Natomiast w ich miejsce wprowadzono nowe, w brzmieniu:

1.21 „W przypadku niemożności aktywacji bądź realizacji „polecenia zapłaty” z przyczyn dotyczących Członka, Członek zostanie obciążony opłatą w wysokości 10 PLN (stanowiącą zryczałtowane koszty poniesione przez Klub w związku z próbą aktywacji, w tym w szczególności zwrot nałożonych na Klub opłat bankowych), za każdą nieudaną próbę aktywacji bądź realizacji „polecenia zapłaty”.”

1.20 „Członek jest zobowiązany do utrzymywania na swoim rachunku bankowym kwoty pozwalającej na realizację „polecenia zapłaty”. Klub podejmuje próby realizacji „polecenia zapłaty” w następujących terminach:

- a) w zakresie Składki Członkowskiej- co najmniej dwa razy w miesiącu, w tym w dniu 5 oraz 11 danego miesiąca kalendarzowego,

b) w zakresie Oplaty Serwisowej – co najmniej raz w 15 dniu pierwszego miesiąca danego kwartału kalendarzowego”.

1.25 „Klub obciąży Członka opłatą w wysokości 15 PLN za każde przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty (w formie pisemnej jak i elektronicznej), stanowiącą zryczałtowane koszty transakcji bankowych oraz kosztów administracyjnych związanych ze ściąganiem należności.”

3.8 „W przypadku rozwiązania przez Członka Umowy zawartej na czas określony w ramach której zostały mu przyznane promocyjne stawki Oplat Członkowskich:

a) w przypadku rozwiązania Umowy w oparciu o powszechnie obowiązujące przepisy prawa- Członek zobowiązany jest do zwrotu na rzecz Klubu kwoty stanowiącej sumę zniżek w wysokości Oplat Członkowskich udzielonych za okres do dnia rozwiązania Umowy;

b) w przypadku rozwiązania Umowy nie znajdującego oparcia w powszechnie obowiązujących przepisach prawa- Członek zobowiązany jest do zwrotu na rzecz Klubu kwoty stanowiącej sumę zniżek w wysokości Oplat Członkowskich udzielonych za okres do dnia rozwiązania Umowy, oraz kwoty stanowiącej sumę Składek Członkowskich za pozostały okres do którego powinna obowiązywać Umowa.”

3.9 „poza przypadkami wynikającymi z powszechnie obowiązujących przepisów prawa , Członkostwo może zostać rozwiązane przez Klub w trybie natychmiastowym, jeżeli:

a) kontynuacja członkostwa może zaszkodzić reputacji i interesom Klubu bądź innym Członkom, w szczególności z powodu agresywnego lub groźnego zachowania, wandalizmu lub innych zachowań niezgodnych z zasadami współżycia społecznego;

b) jeżeli pomimo powiadomienia Członka o zaległości w Oplatach Członkowskich, płatność nie została uregulowana w terminie wskazanym przez Klub.”

3.10 „W przypadku rozwiązania Umowy zawartej na czas określony przez Klub z przyczyn wskazanych w pkt 3.9 postanowienia pkt 3.8 stosuje się odpowiednio”

(dowód: karta nr 28, 81-82)

2.6. Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy, od chwili rozpoczęcia działalności tj. od dnia 1 maja 2012 r. do dnia 14 lutego 2014 r. z usług Klubu skorzystało łącznie (**tajemnica przedsiębiorstwa**) osób. Na dzień 14 lutego 2014 r. Fitness liczył (**tajemnica przedsiębiorstwa**) aktywnych członków, z czego około (**tajemnica przedsiębiorstwa**) osób korzystało z usług nieodpłatnie (promocje). W powyższym okresie rezygnację w trybie 3.4. lit. b „Warunków członkostwa” złożyło (**tajemnica przedsiębiorstwa**) osób (100%), z czego Fitness uznał tylko (**tajemnica przedsiębiorstwa**) rezygnacje (**tajemnica przedsiębiorstwa**).

Najczęstszymi powodami odmowy przyjęcia rezygnacji w trybie pkt 3.4 „Warunków członkostwa” były:

(**tajemnica przedsiębiorstwa**) Miesięcznie około (**tajemnica przedsiębiorstwa**) osób zamraza swoje członkostwo z uwagi na stan zdrowia (tj. w okresie zamrożenia nie są pobierane opłaty członkowskie).

Przy rozpatrywaniu rezygnacji Spółka nie korzystała z porad lekarzy.

(dowód: karta nr 5-7, 11-12, 29)

2.7. Do klubu przystępowały m.in. osoby, które chciały poprawić swój stan zdrowia i wzmocnić swoją kondycję np. wydolność krążeniowo-oddechową. Jednak ze względu na pogorszenie stanu zdrowia oraz kategoryczny nakaz lekarza zaprzestania aktywności fizycznej (zaświadczenie lekarskie), konsument powołując się na ww. postanowienie złożył rezygnację. Fitness nie uwzględnił jej, nie udzielił nawet odpowiedzi na pismo konsumenta pomimo zapewnienia, iż ustosunkuje się do niej w terminie 30 dni.

(dowód: karta nr 21)

2.8. Spółka w stosowanych ulotkach reklamowych podaje, iż cena miesięczna za korzystanie z jej usług "all inclusive" wynosi jedynie 89,95 zł. Jest to cena promocyjna dla osób zawierających umowę na okres 14 miesięcy. Ulotki z taką informacją kolportowane są przez Fitness od samego początku jej działalności tj. od 1 maja 2012 r.

Na ulotce wskazany jest jednoznacznie okres trwania promocji np. cyt. „*Promocja ważna tylko od 4.11. do 15.11.2013 r.*”, „*Przyjdź do nas od 8 -17 kwietnia*”, „*Bądź Fit w 2014 roku! Przyjdź do nas, zostań członkiem naszego klubu i skorzystaj z pakietu All inclusive*”. Wyjątkowy charakter ofert podkreślany jest m.in. następującymi hasłami: „*Najlepsza oferta – najniższa cena*”, „*takiej promocji jeszcze nie było*”, „*ostatnia szansa!!!! Zostało już tylko 100 promocyjnych karnetów*”, „*Ze względu na ogromne zainteresowanie naszą promocją roku przedłużamy czas jej trwania tylko do 27.11.2013 r. Nie przegap takiej okazji!*”.

Według Fitness cyt. „*Oferta ta (cena) obowiązuje od początku działalności Klubu z tym zastrzeżeniem, iż w różnych okresach, w zależności od akcji promocyjnych klient w ramach tej ceny otrzymywał różne dodatkowe usługi lub bonifikaty.*” (karta 29).

W ulotkach zawarto informacje, iż w zależności od promocji, konsumenci mogli dodatkowo otrzymać cyt.:

- „*Całe lato ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 15 lipca i zostań członkiem naszego klubu, a do końca wakacji trenujesz zupełnie za darmo.*” (karta 37),
- „*Całe lato ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 31 lipca i zostań członkiem naszego klubu, a do końca wakacji trenujesz zupełnie za darmo.*” (karta 38),
- „*Całe lato ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 15 sierpnia i zostań członkiem naszego klubu, a do końca wakacji trenujesz i opalasz się zupełnie za darmo.*” (karta 39),
- „*Całe lato ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 31 sierpnia i zostań członkiem naszego klubu, a do końca wakacji trenujesz i opalasz się zupełnie za darmo.*” (karta 40),
- „*Rzuc kostką i wygraj do 6 darmowych miesięcy All inclusive w naszym klubie. Takiej promocji jeszcze nie było! Nie trać czasu i zaoszczędź ponad 120 zł!*” (karta 41-45),
- „*SYLWESTROWA PROMOCJA do końca roku ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 13 listopada i zostań członkiem naszego klubu, a do końca roku trenujesz zupełnie za darmo.*” (karta 46),
- „*SYLWESTROWA PROMOCJA do końca roku ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 20 listopada i zostań członkiem naszego klubu, a do końca roku trenujesz zupełnie za darmo.*” (karta 47),
- „*SYLWESTROWA PROMOCJA do końca roku ćwicz za darmo! Przyjdź do nas do 30 listopada i zostań członkiem naszego klubu, a do końca roku trenujesz zupełnie za darmo.*” (karta 48),
- „*Fit you 4 miesiące gratis*” (karta 51-56),
- „*Dodatkowo dla pierwszych 100 członków :*
 - *2 miesiące gratis*
 - *brak opłaty wpisowej*
 - *brak opłaty za kartę klubową*” (karta k.60, 10),
- „*Zostań członkiem naszego klubu i do końca wakacji ćwicz zupełnie ZA DARMO!!!*” (karta 117-118)
- „*4 miesiące GRATIS!!!*” (karta 122).

(dowód: karta nr 8-10, 13, 28-29, 32-64, 115-118, 122, 119-121)

2.9. Ze skargi konsumentki wynika, iż ten rodzaj promocji, sugerujący wyjątkowość oferty, która jest dostępna tylko w określonym czasie, miał wpływ na podjętą przez nią decyzję. Jak wynika

bowiem z pisma skarżącej cyt. „(...) przy okazji podpisywania umowy, dałam się nabrać na inną, wydaje mi się niedozwoloną przez prawo reklamy praktykę - super promocja, która miała trwać tylko do końca lipca (stąd data podpisania umowy). Chciałabym zauważyć, iż promocja ta trwa do dzisiaj (przyp.- pismo konsumentki z dnia 17.01.14 r.) na niezmiennych warunkach”.

(dowód: karta nr 18)

2.10. W ulotkach reklamowych w sposób jednoznaczny podawano, iż dla umów zawieranych na czas określony 14 miesięcy opłata miesięczna „all inclusive” wynosi tylko 89,95 zł. Natomiast, zgodnie z pkt. 1.6 „Warunków członkostwa” cyt.:

„Na opłaty składają się:

Opłaty Początkowe – tj. Opłata wpisowa oraz Opłata za kartę członkowską

Opłaty członkowskie – tj. Składki członkowskie oraz Opłaty serwisowe.

Wysokość opłat określa Umowa”.

W myśl zaś pkt 1.8. ww. wzorca umownego cyt. „*Opłaty serwisowe są należne i płatne do 15-go dnia trzeciego miesiąca każdego kwartału kalendarzowego (czyli 15.03, 15.06, 15.09, 15.12).* Zapis, dotyczący opłat serwisowych pobieranych kwartalnie, znajduje się również w „Nowych warunkach członkostwa” (pkt 1.7 i 1.12).

W ulotkach reklamowych sporadycznie podawana była informacja o konieczności ponoszenia opłat początkowych. W większość ulotek informowano o braku opłaty za kartę klubową (karty 10, 32-35, 37-40, 41-50, 51-55, 60, 123-125) lub braku opłaty wpisowej (karty 32-35, 41-50, 13-125). Informacja o konieczności zapłaty opłaty wpisowej (w wysokości 125 zł lub 150 zł) oraz opłaty za kartę klubową (w wysokości 47 zł) znajdowała się tylko na kilku ulotkach (karty 13, 57-59, 64), zaś na części nie było żadnych informacji dotyczących ww. opłat (karty 9, 61, 63, 116-118, 126).

W ulotkach rozprowadzanych przez Fitness od początku swojej działalności w ogóle nie podawano, iż raz na kwartał konsument obligatorycznie musi ponieść opłatę serwisową, w kwocie 39,95 zł. Informacja dotycząca tej opłaty zamieszczana jest w ulotkach od dnia 23kwietnia 2014 r.

(dowód: karta nr 8-10, 13, 28, 32-64,82 116-118, 122-129, 134)

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył, co następuje:

3.1. Zagrożenie interesu publicznoprawnego.

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie (...) jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. W opinii Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Spółki. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy - naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie (...).

3.2. Oznaczenie przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...), ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Natomiast art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.) stanowi, iż przedsiębiorcą w rozumieniu tej ustawy jest, m.in. osoba prawna.

Fitness Point Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa w Katowicach jest spółką prawa handlowego, prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS (numer wpisu 0000415722 dla spółki komandytowej, numer wpisu 0000414495 dla spółki z ograniczoną odpowiedzialnością). A zatem - w świetle powyższego – Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...) i przepisy tej ustawy mają do niej bezpośrednie zastosowanie.

3.3. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie I sentencji niniejszej decyzji

3.3.1. Przesłanki naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, iż „Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.”, natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. — Kodeks postępowania cywilnego. (...)”

Do stwierdzenia zatem praktyki z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...) konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru,
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...) - bezprawność działań przedsiębiorcy polegająca na stosowaniu postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych, a także sprzeczne z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Jak wspomniano wyżej, zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...), za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru.

Należy w tym miejscu wskazać, iż wzorce umowne wykorzystywane przy zawieraniu umów z konsumentami mogą być poddane kontroli abstrakcyjnej. **Kontroli abstrakcyjnej wzorca jako takiego (art. 479³⁶ – 479⁴⁵ k.p.c.) dokonuje się niezależnie od tego, czy postanowienia wzorca były, czy też nie były zastosowane przy konkretnej umowie.** Kontrola taka obejmuje klauzule pojedyncze lub zbiorowe (cały wzorzec lub jego fragment). Oceny postanowień w wypadku kontroli abstrakcyjnej dokonuje Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i

Konsumentów i wyłącznie do kompetencji tego Sądu należy uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone. Art. 479⁴³ k.p.c. rozszerza prawomocność wyroku wydanego w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone na osoby trzecie. Skutek tzw. prawomocności rozszerzonej następuje od chwili wpisania wzorca umowy do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, prowadzonego przez Prezesa Urzędu, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c. Konsekwencją umieszczenia postanowienia umownego w w/w rejestrze jest to, że posłużenie się nim będzie miało skutek wprowadzenia do umowy **elementu bezwzględnie przez prawo zakazanego**. Wpis do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu stosowanie takiej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych. Powyższe stanowisko Prezesa Urzędu zgodne jest z orzecznictwem Sądu Najwyższego, który w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. (Sygn. akt III SZP 3/06) stwierdził, iż „(...) stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c., może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (...)”. W uzasadnieniu do powyższej uchwały Sąd uznał m.in., że „(...) praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów art. 23a u.o.k.ik. [obecnie art. 24] obejmuje również przypadki wprowadzania jedynie zmian kosmetycznych polegających na przestawieniu wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej, co wpisana do rejestru (...). Przyjęta powyżej rozszerzająca wykładnia art. 23a ustawy o ochronie (...) znajduje również uzasadnienie w dyrektywach 93/13 oraz 98/27 a także orzecznictwie ETS dotyczącym zasady efektywności (...)”.

Nie jest zatem konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej. Stąd niedozwolone będą także takie postanowienia umów, które mieszczą się w hipotezie klauzuli wpisanej do rejestru, której treść zostanie ustalona w oparciu o dokonaną jej wykładnię.

W ramach niniejszego postępowania Spółce postawiono zarzut stosowania niezgodnej z prawem praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczeniu we wzorcach umownych postanowień tożsamyh z postanowieniami umownymi wpisanymi do Rejestru pod poz. 835, 1261, 834, 1260, 1278 i 1796.

Postanowienia wzorca umownego p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point” o treści:

- a) „W przypadku rozwiązania umowy z innych przyczyn niż wskazanych w pkt 3.5 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty”
- b) „W przypadku rozwiązania umowy przyczyn wskazanych w art. 3.8, 3.9 Członek jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Klubu kary umownej w wysokości stanowiącej równowartość Składek Członkowskich za liczbę miesięcy zadeklarowaną w Umowie o członkostwo, za które Członek nie dokonał zapłaty”-

Na mocy wyroku SOKiK z dnia 6 kwietnia 2006 r., (sygn. akt XVII AmC 79/05835) do Rejestru pod poz. 835 zostało wpisane postanowienie o treści: „W przypadku przerwania studiów w trakcie semestru, student zobowiązany jest do zapłacenia czesnego za cały semestr, a czesne

zapłacone nie podlega zwrotowi”. Według opinii Prezesa Urzędu, która została zaakceptowana przez Sąd, cyt.: „Taki zapis umowy może być uznany jako naruszający jednocześnie art. 385³ pkt 12 i 17 k.c. Zważywszy na wysokość opłat za semestr, obowiązek uiszczenia ich w całości przez studenta lub możliwość zatrzymania przez Uczelnię czesnego już zapłaconego ma charakter rażąco wygórowanego odstępnego.

Wyrokiem SOKiK z dnia 26 lipca 2006 r. (sygn. akt XVII Amc 80/05) za niedozwolone zostało uznane postanowienie o treści : „Student rezygnujący z własnej woli ze studiów w trakcie semestru ma obowiązek wniesienia całości opłat za dany semestr.” (poz. 1261 Rejestru). Zdaniem Sądu postanowienie to wypełnia dyspozycję art. 385³ pkt. 17 k.c., nakładając na studenta rezygnującego z własnej woli, obowiązek zapłaty czesnego oraz pozostałych opłat za semestr w pełnej wysokości, co w ocenie Sądu, ma charakter rażąco wygórowanego odstępnego.

SOKiK, wyrokiem z dnia 6 kwietnia 2006 r., (sygn. akt XVII AmC 79/05), za niedozwolone uznał postanowienie także o treści „Rozwiązanie umowy w trakcie trwania semestru nie zwalnia z obowiązku zapłaty całości czesnego wymagalnego za bieżący semestr”, które następnie wpisane zostało do Rejestru pod poz. 834. W pozwie skierowanym przez Prezesa Urzędu o uznanie tego postanowienia za niedozwolone wskazano, iż cyt. „(...) stanowi, zdaniem Powoda, niedozwolone postanowienie umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 k.c. w zw. z art. 385³ pkt 17 k.c. Nakłada na konsumenta, skreślonego z listy przez Uczelnię lub rezygnującego z własnej woli (zob. § 8 ust. 1 Umowy), obowiązek zapłaty całości czesnego wymagalnego za bieżący semestr. W ocenie Prezesa Urzędu ma to charakter rażąco wygórowanego odstępnego. Nie można zaakceptować postanowienia umowy, które powoduje, że student musi uiścić całość czesnego za bieżący semestr, zwłaszcza, gdyby umowa ulegała rozwiązaniu na początku semestru.”

Za niedozwolone uznane zostało przez SOKiK także postanowienie o treści: „Student skreślony w trakcie semestru z listy studentów ma obowiązek wnieść należne czesne oraz pozostałe opłaty za semestr w pełnej wysokości.” (wyrok z dnia 26 lipca 2006 r., sygn. akt XVII Amc 80/05, poz. 1260 Rejestru). Sąd uzasadniając swoje stanowisko wskazał, iż postanowienie to wypełnia dyspozycję art. 385³ pkt. 17 k.c. Nakłada bowiem na konsumenta skreślonego z listy studentów obowiązek zapłaty czesnego oraz pozostałych opłat za semestr w pełnej wysokości, co w ocenie Sądu, ma charakter rażąco wygórowanego odstępnego. Natomiast pod poz. 1278 Rejestru wpisano natomiast postanowienie o treści: „Student skreślony z listy studentów ma obowiązek wnieść opłaty do pełnej wysokości obowiązujących za dany semestr.” (wyrok SOKiK z dnia 12 lipca 2006 r., sygn. akt XVII Amc 116/05 i wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 6 lipca 2007 r. sygn. VI ACa 295/07).

Zdaniem Prezesa Urzędu obydwa negowane postanowienia są tożsame z postanowieniami wpisanymi do Rejestru tj. pierwsze z nich jest tożsame z postanowieniami wpisanymi do Rejestru pod poz. 835 i 1261, natomiast drugie – z postanowieniami z poz. 834, 1260 i 1278 Rejestru. Zapisy te, podobnie jak orzeczone przez sąd klauzule niedozwolone, nakładają na konsumenta:

- z którym Klub rozwiązał umowę z jego winy (patrz pkt 3.7 i 3.8 „Warunków członkostwa”),
- który odstąpił od umowy z innych przyczyn niż wskazania zdrowotne uniemożliwiające mu korzystanie z usług Klubu lub przyczyn wynikających z winy Fitness (patrz pkt 3.4 „Warunków członkostwa”),

obowiązek zapłaty całości opłat za liczbę miesięcy zadeklarowaną w umowie, za które składek nie uiszczono, co ma charakter rażąco wygórowanego odstępnego (por. art. art. 385³ pkt 17 k.c.), zwłaszcza gdy do rozwiązania umowy dochodzi niedługo po jej zawarciu. Dla przykładu, przy umowach zawartych na 14 miesięcy, konsument odstępujący od umowy lub konsument, z którym Klub rozwiązał umowę po dwóch miesiącach jej obowiązywania, powinien uiścić opłatę za pozostałe

12 miesięcy, co daje kwotę 1.079,40 zł. (opłata miesięczna – 89,95 zł). Podkreślić należy także, iż umowa zawierana jest na długi okres czasu – 14 miesięcy. Konsument, w myśl negowanego postanowienia nie może od niej odstąpić, bez ponoszenia kosztów finansowych, nawet w przypadku istotnych powodów jak np. zmiana miejsca zamieszkania, utrata źródła utrzymania.

Ponadto, na co zwrócił uwagę Sąd Apelacyjny w Warszawie w uzasadnieniu wyroku w sprawie o sygn. akt VI ACa 295/07 (który może mieć odpowiednie zastosowanie w niniejszej sprawie) umowa o kształcenie jest umową o świadczenie usług i stosuje się do niej odpowiednio przepisy o zleceniu (art. 750 k.c.). Z tego względu cyt. „ (...) *Kwestię świadczeń stron na wypadek wypowiedzenia odpłatnej umowy przez dającego zlecenie reguluje przepis art. 746 § 1 k.c., który w § 3 stanowi także o niemożności zrzeczenia się z góry uprawnienia do wypowiedzenia umowy z ważnych powodów. Zgodnie z odpowiednio stosowaną do umowy o świadczenie usług edukacyjnych studentowi przez uczelnię regulacją z przepisu art. 746 § 1 k.c., jeżeli dający zlecenie student decyduje się wypowiedzieć umowę bez ważnego powodu to powinien on (jest obowiązany) zwrócić przyjmującemu zlecenie – uczelni wydatki poczynione w celu należytego wykonania umowy, a w razie odpłatnej umowy uiścić też część wynagrodzenia, odpowiadając dotychczas wykonanym czynnościom oraz naprawić szkodę. Gdy zaś dający zlecenie wypowie umowę z ważnych powodów przyjmującemu zlecenie nie przysługuje prawo do odszkodowania. Tymczasem kwestionowane postanowienia wzorca wprowadzają zasadę niezwracania przez konsumenta środków pieniężnych lub obowiązek dopłaty do pełnej umówionej wysokości – bez względu na okoliczności - w sytuacji, gdy kodeksowo dający zlecenie przy wypowiedzeniu umowy obowiązany jest uiścić przyjmującemu zlecenie jedynie część wynagrodzenia odpowiadając jego dotychczasowym czynnościom i z pewnością należy od niego odliczyć choćby wartość zaoszczędzonego przez przedsiębiorcę świadczenia lub choćby część zysku, co już sprawia, iż kwota do zapłaty przez studenta co do zasady winna być niższa od pełnej opłaty za dany semestr.*”

Umowa zawierana pomiędzy Fitness a konsumentami jest również umową zlecenia, a zatem przy jej rozwiązaniu obowiązują ww. zasady rozliczania.

Zgodnie z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż kwestionowane postanowienia, podobnie jak postanowienia niedozwolone wpisane do Rejestru pod poz. 835, 1261, 834, 1260 i 1278, nakładają na konsumenta, rezygnującego z członkostwa w klubie, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanej kary. Wykazano jednocześnie, iż negowane zapisy umowy mieszczą się w hipotezach powyżej wymienionych klauzul, czego nie naruszają odmienności wynikające z różnic w sformułowaniu i użytych zwrotach porównywanych klauzul.

Postanowienie wzorca umownego p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point” o treści:

„W przypadku niemożności pobrania należności (...) Członek zostanie obciążony kwotą 10 zł za każdą niepomyślną próbę ściągnięcia należności, oraz kwotą 15 zł za każde przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty stanowiącymi zryczałtowane koszty transakcji bankowych oraz kosztów administracyjnych związanych ze ściąganiem należności.”

Klauzula o treści: „W przypadku niewykonania zobowiązań wynikających z niniejszej umowy Kredytobiorca poniesie koszty związane z monitorowaniem Kredytobiorcy: 1) telefoniczne upomnienie Kredytobiorcy związane z nieterminową spłatą kredytu - 13 PLN; 2) korespondencja kierowana do Kredytobiorcy związana z nieterminową spłatą kredytu (zawiadomienie, upomnienie, prośba o dopłatę, wystawienie Bankowego Tytułu Egzekucyjnego), za każde pismo. Opłata za korespondencję kierowaną do poręczycieli Bank obciąża dodatkowo Kredytobiorców według tych samych stawek - 15 PLN; 3. wyjazd interwencyjny do Kredytobiorcy - 50 PLN”. została wpisana do Rejestru pod poz. 1796 na mocy wyroku SOKiK z dnia 06 sierpnia 2009 r., (sygn. akt XVII AmC

624/09). W uzasadnieniu powołanego wyroku Sąd wskazał, że „*kwestionowane postanowienie, poprzez brak określenia procedur jakimi bank kieruje się przy podejmowaniu czynności związanych z dochodzeniem swoich należności, może prowadzić do dowolności działania pozwanego w zakresie zasad, terminów czy częstotliwości korzystania z tych środków i w związku z tym znacznego zwiększenia zadłużenia konsumenta*”. Ponadto zdaniem SOKiK tak sformułowane postanowienie daje przedsiębiorcy możliwość do stosowania kilku środków windykacyjnych jednocześnie, co generuje zwiększone koszty, nie określając przy tym procedury oraz możliwych działań konsumenta. Monitorowanie oparte jest na uznaniu przedsiębiorcy i brak jest jakiegokolwiek kontroli racjonalności i prawidłowości tych poczynań. Konsekwencją jest zobowiązanie konsumenta do ponoszenia znacznych i nieuzasadnionych kosztów. W ocenie Sądu postanowienie to narusza zasady lojalnego i równorzędnego traktowania konsumenta oraz niewykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty przy zawieraniu umowy, co należy zakwalifikować jako działanie sprzeczne z dobrymi obyczajami.

W kwestionowanym postanowieniu również nie wskazano częstotliwości stosowania przypomnienia bądź wezwania do zapłaty, co może doprowadzić do sytuacji, kiedy przedsiębiorca zastosuje te instrumenty (przypomnienie, wezwanie do zapłaty) naraz lub w tak krótkim czasie po sobie, iż konsument nie będzie miał możliwości do zareagowania na nie. Nie podano także, ile razy Spółka podejmie próby „*przypomnienia bądź wezwania do zapłaty*”, a co za tym idzie- ile pobierze należności za ww. czynności. Brak określenia ram ilościowych i czasowych skorzystania z tych narzędzi windykacyjnych może narazić konsumenta na dodatkowe, nieuzasadnione koszty. Tak więc, pomimo różnic w sformułowaniu treści, negowane postanowienie wywołuje te same skutki prawne, co przytoczona wyżej klauzula niedozwolona, wpisana do Rejestru pod poz. 1796, a w związku z tym postanowienie to jest tożsame z ww. klauzulą i mieści się w jej hipotezie.

Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ust. 1 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.

W myśl art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...) stosowanie postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Mówiąc o „zbiorowym interesie konsumentów” należy zaznaczyć, iż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje jego definicji, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z prawami licznej grupy konsumentów - wszystkich obecnych, jak i przyszłych klientów Spółki. Zatem, w rozpatrywanym stanie faktycznym, jej zachowanie nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

Reasumując, wykazano powyżej, iż ww. kwestionowane zapisy wzorca umownego „Warunki członkostwa” są tożsame z klauzulami wpisanymi do Rejestru pod poz. 835, 1261, 834, 1260, 1278 oraz 1796 i jako takie kształtują prawa i obowiązki konsumentów w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszający ich interesy. Zatem posługiwanie się nimi w obrocie

konsumenckim uznać należy za szkodliwe dla konsumentów i godzące w ich chronione prawem interesy.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...).

3.3.2. Zastosowanie art. 26 ust.1 ustawy o ochronie (...)

W toku postępowania ustalono, że Spółka z dniem 25 października 2013 r. tj. jeszcze przed wszczęciem przedmiotowego postępowania administracyjnego, wprowadziła nowy wzorzec umowy p.n. „Warunki członkostwa w Klubie Fitness Point”, w którym kwestionowanym postanowieniem nadano nowe brzmienia (patrz pkt 2.5 stanu faktycznego decyzji). Niemniej jednak wprowadzone postanowienia nie niwelują negatywnych skutków dla konsumenta, a wręcz je pogłębiają. Nakładają bowiem na konsumenta, który zawarł umowę na czas określony, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanego odstępnego w wysokości:

- sumy zniżek w wysokości opłat członkowskich udzielonych za okres do dnia rozwiązania Umowy lub
- sumy zniżek w wysokości opłat członkowskich udzielonych za okres do dnia rozwiązania umowy, oraz kwoty stanowiącej sumę składek członkowskich za pozostały okres do którego powinna obowiązywać umowa (pkt 3.8.-3.10 „Nowych warunków członkostwa”)

Natomiast w postanowieniu dotyczącym opłat za przypomnienie bądź wezwanie do zapłaty (pkt. 1.25 nowego wzorca umownego) nadal nie wskazano częstotliwości oraz ilości wysyłanych monitów.

W świetle powyższego uzasadnione jest twierdzenie, iż zarzucane praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I sentencji decyzji, nie zostały zaprzestane, i dlatego orzeczono, jak powyżej.

3.4. Rozstrzygnięcie zawarte w punkcie II i III sentencji niniejszej decyzji

3.4.1. Przesłanki zastosowania art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z kolei art. 24 ust. 2 wskazuje, że „*przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy*”. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Powołany art. 24 ust. 2 zawiera przykładowe wyliczenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich m.in. w pkt. 3 nieuczciwe praktyki rynkowe godzące w interesy konsumentów.

Do stwierdzenia zatem praktyki z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych
- 2) godzenie tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1) Pierwsza przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ust. 3 ustawy o ochronie (...) – bezprawność działań przedsiębiorcy, polegająca na stosowaniu nieuczciwych praktyk rynkowych

Bezprawność działań przedsiębiorcy tradycyjnie rozumieć należy jako działanie sprzeczne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego (dobre obyczaje). Powołany przepis art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...) pojęcie bezprawności odnosi między innymi do nieuczciwych praktyk rynkowych. Zawarte w powyższej definicji pojęcie „nieuczciwych praktyk rynkowych” należy utożsamiać z praktykami opisanymi w ustawie o przeciwdziałaniu n.p.r. Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową, która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu stało się zważenie, czy w omawianym stanie faktycznym przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę, a następnie, czy przedmiotowa praktyka mogła godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

W celu wykazania, iż Spółka stosowała nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest uznanie, iż zarzucane jej zachowanie mieści się w pojęciu praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. Definicję praktyki rynkowej podaje art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie, jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, to jest, gdy mogą oddziaływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy.

W tym miejscu wskazać należy, iż ustawa o przeciwdziałaniu n.p.r. posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta, w odniesieniu do którego powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. za przeciętnego konsumenta uważa się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna, czy umysłowa. Wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegająca

na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu.

Odnosząc powyższe rozważania do sytuacji zaistniałej w niniejszej sprawie podnieść należy, że produkt oferowany przez Spółkę nie jest kierowany do jakiejś konkretnej, zdefiniowanej grupy osób. Członkiem klubu fitness może być każda osoba pełnoletnia lub osoba która ukończyła 16 lat za pisemną zgodą rodziców, chcąc skorzystać z usług Spółki na warunkach określonych w umowie i „Warunkach członkostwa”, stanowiących jej integralną część (karta 8, 80).

1. Zarzut naruszenia art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. (pkt II sentencji decyzji)

Postawiony Spółce zarzut dotyczy naruszenia art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. Zgodnie z treścią tego przepisu prawnego, stosowana przez przedsiębiorcę 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 zawarciu.

W niniejszej sprawie przedmiotem oceny Prezes Urzędu jest działanie Fitness polegające na niesposobieniu prawa konsumentów, zawierających na czas określony 14 miesięcy umowę o korzystanie z usług świadczonych przez przedsiębiorcę, do odstąpienia od niej ze względów zdrowotnych. Podkreślić należy, iż to sama Spółka w „Warunkach członkostwa” zamieściła postanowienie (pkt 3.4) o treści: *„W czasie minimalnego okresu członkostwa Członek może zrezygnować ze swojego członkostwa z następujących powodów:*

- a) (...) lub
- b) z istotnych i istniejących względów medycznych dotyczących Członka uniemożliwiających mu korzystanie z usług Klubu (potwierdzonych odpowiednim zaświadczeniem lekarskim)”.

Niewątpliwie tego rodzaju zapis jest korzystny dla konsumenta szczególnie, iż umowa zawierana jest na minimum 14 miesięcy. Jest to dość długi okres i trudno konsumentowi przewidzieć, czy w tym czasie nie wystąpią przyczyny zdrowotne uniemożliwiające mu korzystanie z usług Spółki. Dlatego też niesposobienie przez Fitness prawa przez siebie ustanowionego, można zakwalifikować jako praktykę rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Klauzula generalna (pojęcie praktyki rynkowej nieuczciwej) zawarta w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. znajduje w pierwszej kolejności zastosowanie do praktyk rynkowych, które nie zostały w tej ustawie wyspecyfikowane. W tej sytuacji celem klauzuli generalnej jest konkretyzacja takich zachowań, które nie należą do poszczególnych, nazwanych i wyspecyfikowanych w ustawie praktyk. Konstrukcja (budowa) klauzuli generalnej (definicja praktyki rynkowej nieuczciwej) jest oparta na dwóch nierozdzielnie ze sobą powiązanych przesłankach, którymi są: 1) praktyki rynkowej z dobrymi obyczajami, oraz 2) istotne zniekształcenie (co najmniej taka możliwość) decyzji gospodarczej konsumenta. Zatem ustalenie nieuczciwości praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę odbywa się przez dokonanie jej oceny pod kątem:

- a) sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz

b) istotnego zniekształcenia zachowania gospodarczego konsumentów.¹

sprzeczność praktyki rynkowej z dobrymi obyczajami

Pojęcie dobre obyczaje jest terminem niezdefiniowanym i poza prawnym. Zatem należy utożsamiać je z pewnymi regułami zachowania mającymi charakter moralno-etyczny, zwyczajowo stosowanymi w działalności gospodarczej, czyli regułami znajdującymi się poza ramami systemu prawa.

Poszukując znaczenia zwrotu "dobre obyczaje", należy zauważyć, że zarówno doktryna, jak i orzecznictwo przychyliła się do ekonomiczno-funkcjonalnej wykładni tego pojęcia. Jej przyjęcie nie może jednak przesłaniać ujęcia etyczno-moralnego "dobrych obyczajów", które zalicza się do pierwszych prób ustalenia znaczenia tego pojęcia. F. Zoll, twórca pierwszej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pisał na temat "dobrych obyczajów", że stanowią one wskazówki postępowania obiektywnie istniejące w poczuciu etycznym społeczeństwa, a "za miarę tych wymagań etycznych bierze się przeciętny poziom moralny właściwy godziwemu życiu zarobkowemu i gospodarczemu". Dokonując przeniesienia teoretycznego ujęcia dobrych obyczajów na grunt ustawy, bezspornie należy stwierdzić, że są to normy postępowania, które powinny być przestrzegane przez przedsiębiorców w działalności gospodarczej. Jeśli natomiast chodzi o ocenę przestrzegania dobrych obyczajów, to jest ona dokonywana w relacjach przedsiębiorca – konsument, czyli w obrocie konsumenckim.²

Zgodnie z poglądem doktryny „*sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działania, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania.*”³

Reasumując, istotą dobrych obyczajów jest szeroko rozumiany szacunek do drugiego człowieka. Dobre obyczaje to reguły postępowania zgodne z etyką, moralnością i aprobowanymi społecznie normami. Zauważyć przy tym należy, iż każdy rodzaj działalności gospodarczej wykształca własne „dobre obyczaje”. Niemniej jednak pewne rodzaje zachowań są uniwersalne dla każdej z nich. Jedną z nich jest zasada dotrzymywania zawartych umów.

Spółka we wzorcu umownym „Warunki członkostwa” zamieściła postanowienie (pkt 3.4) o treści: „*W czasie minimalnego okresu członkostwa Członek może zrezygnować ze swojego członkostwa z następujących powodów: (...)*

b) *z istotnych i istniejących względów medycznych dotyczących Członka uniemożliwiających mu korzystanie z usług Klubu (potwierdzonych odpowiednim zaświadczeniem lekarskim)”.*

Jak wynika z literalnego brzmienia niniejszego postanowienia każdy konsument, który zawarł umowę na minimalny okres czasu (14 miesięcy), mógł zrezygnować z członkostwa w klubie bez żadnych konsekwencji pod warunkiem dostarczenia zaświadczenia lekarskiego wskazującego, iż ze względów medycznych nie może on dalej korzystać z usług Spółki. Nie zastrzeżono przy tym, iż zaświadczenie ma być wydane przez lekarza o określonej specjalizacji oraz Spółka ma prawo weryfikować prawdziwość danego zaświadczenia lekarskiego. Ponadto zapis ten zawiera wiele

¹ M.Sieradzka “Komentarz do art.4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”, Lex Omega

² M.Sieradzka “Komentarz do art.4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”, Lex Omega

³ K. Pietrzykowski, red., *Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002r.*, s. 804

niedookreślonych wyrazów np. istotnych względów, odpowiednim zaświadczeniem lekarskim, których interpretacji dokonywał tylko i wyłącznie sam przedsiębiorca.

Pomimo tak sprecyzowanego zapisu, Fitness nie uwzględnił (**tajemnica przedsiębiorstwa**) rezygnacji składanych w ww. trybie, kwestionując przedstawione przez konsumentów zaświadczenia lekarskie (patrz pkt 2.6 stanu faktycznego decyzji). Zdaniem Prezesa Urzędu takie działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami. Należy przy tym szczególnie podkreślić, iż to Fitness takie uprawnienie przyznał swoim członkom (konsumentom). Zatem oczekiwać należy od niego respektowania zasad przez siebie ustanowionych. Ponadto negując tak dużą ilość rezygnacji Spółka ocenia i weryfikuje rzetelność wystawionych zaświadczeń, nie mając do tego żadnych kwalifikacji i uprawnień, a tym samym zarzuca nieuczciwość zarówno konsumentom, jak i lekarzom wystawiającym zaświadczenie.

istotne zniekształcenie lub możliwość zniekształcenia przez praktykę rynkową zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu

Nieuczciwe praktyki rynkowe są wymierzone w swobodę decyzyjną konsumenta. Dlatego drugim kryterium oceny praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę pod kątem jej nieuczciwości jest "istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów" (...). Intencją ustawodawcy było zatem wskazanie na istotność, czyli odniesienie wyłącznie do takiej praktyki, która jest w stanie (może wynikać to z jej siły wpływu) realnie (doszło do zniekształcenia) lub tylko potencjalnie (może w przyszłości) zniekształcić (wypaczyć) zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Zniekształcenie ekonomicznego zachowania przeciętnego konsumenta dotyczy tych praktyk rynkowych, które mają pewien ciężar gatunkowy, w postaci istotnej siły oddziaływania na zachowanie gospodarcze konsumenta. Wpływ ten jest na tyle istotny, że prowadzi do wypaczenia (zniekształcenia lub tylko takiej potencjalnej możliwości) zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Precyzując zatem istotność (doniosłość) zniekształcenia (lub możliwości zniekształcenia) jest to zdolność do wpływania na zachowanie rynkowe konsumenta⁴.

Jak już wspomniano powyżej minimalny okres umowy zawieranej przez konsumenta ze Spółką wynosi 14 miesięcy. Jest to długi czas i konsument nie jest w stanie przewidzieć, czy na pewno przez ten okres stan zdrowia pozwoli mu na korzystanie z usług Fitness. Zauważyć także należy, iż część osób skorzystała z tych usług właśnie w celu poprawy kondycji fizycznej i stanu zdrowia (patrz skarga konsumenta karta 21). Dlatego też niewątpliwie zapis dotyczący możliwości rezygnacji w przypadku problemów zdrowotnych był dla nich korzystny i miał wpływ na podjęcie decyzji o przystąpieniu do klubu. Trudno przy tym uznać, iż wszyscy lub większość przystępując do klubu działała w złej wierze i traktowała powyższe postanowienie jak „wytrych” do rezygnacji z usług Fitness bez ponoszenia kosztów.

Reasumując, zdaniem Prezesa Urzędu, mając na uwadze treść ww. postanowienia każdy konsument, który przedstawi zaświadczenie lekarskie o niemożliwości korzystania z usług Fitness ze względu na stan zdrowia, mógł zrezygnować z usług przedsiębiorcy i nie ponosić z tego tytułu żadnych kosztów (kar umownych). Podkreślić należy, iż lekarz wystawiając zaświadczenie opiera się na zgromadzonej dokumentacji medycznej, która jest objęta tajemnicą. Zatem przyjmując należy, że wystawiając tego rodzaju zaświadczenia poświadczą on prawdę. Natomiast przedsiębiorca, nie

⁴ M.Sieradzka “Komentarz do art.4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”, Lex Omega

znając przebiegu choroby, ani nie korzystając z konsultacji lekarskich nie może takiego zaświadczenia podważać. Zauważyć także trzeba, iż przeciwwskazania do kontynuowania ćwiczeń przez konsumentów mogą wynikać z różnych powodów i mogą być stwierdzane przez lekarzy różnych specjalności. Zaś przedsiębiorca nie ma żadnych kompetencji ani kwalifikacji do tego, aby podważać zasadność orzeczenia lekarza.

Wobec powyższego można stwierdzić, iż przedmiotowy zapis miał wpływ na zachowania konsumentów, którzy podpisując umowę ze Spółką byli przekonani, iż przyznane im przez Fitness uprawnienie do rezygnacji w przypadku problemów zdrowotnych jest nienaruszalne i będzie przez przedsiębiorcę w pełni respektowane.

Tym samym Prezes Urzędu uznał, iż zostały spełnione obydwie przesłanki niezbędne do zakwalifikowania powyżej opisanych działań Spółki jako nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. Zatem działania te były bezprawne.

2. Zarzut naruszenia art. 4 ust. 1 w zw. z art. 7 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. (pkt III sentencji decyzji)

W niniejszej sprawie przedmiotem oceny Prezes Urzędu jest również działanie Fitness polegające na zamieszczaniu w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive”, przy umowach zawieranych na 14 miesięcy, świadczonej przez przedsiębiorcę w określonym promocją czasie, wynosi 89,95 zł (karta nr 1-2). Bez wątpienia rozprowadzanie przez Spółkę ulotek reklamowych jest elementem kampanii reklamowej, a informacje na niej zamieszczone zmierzały do promocji produktu – usług fitness. Ich celem było zatem nakłonienie konsumentów do zawarcia ze Spółką stosownej umowy. Tym samym uznać należy, iż wyżej opisane zachowanie Fitness należy zakwalifikować jako praktykę rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Powołany powyżej art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. stanowi klauzulę generalną, która na okoliczność stosowania powyżej opisanej praktyki podlega stosownej konkretyzacji.

Nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są praktyki rynkowe wprowadzające w błąd, wymienione w art. 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. Wskazana lista nieuczciwych zachowań wprowadzających konsumentów w błąd stanowi tzw. "czarną listę praktyk". Zakwalifikowanie stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej do katalogu praktyk agresywnych oznacza, że jest ona nieuczciwa w każdych okolicznościach. Przyjęcie takiego poglądu oznacza brak konieczności udowadniania nieuczciwości danej praktyki na podstawie art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. Stosowanie jakiegokolwiek z praktyk wyspecyfikowanych w art. 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. jest zakazane *ex lege*.⁵

Zgodnie zaś z treścią art. 7 pkt 7 tej ustawy nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd polegająca na twierdzeniu, że produkt będzie dostępny jedynie przez bardzo ograniczony czas lub że będzie on dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą, w celu

⁵ M.Sieradzka "Komentarz do art.4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym", Lex Omega

nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu.

Celem tego rodzaju praktyk jest nakłonienie konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i tym samym pozbawienie go możliwości dokonania świadomego wyboru produktu. Należy zauważyć, że wskazana praktyka rynkowa jest również swego rodzaju wabieniem konsumentów. Jej przedmiot stanowią bowiem korzystne dla konsumenta warunki, które zostały dodatkowo wzmocnione przez informacje o ograniczonym czasie związania ofertą i warunkami w niej wskazanymi. Sformułowanie specjalnych warunków oferty ma doprowadzić do natychmiastowego podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy. Natychmiastowe podjęcie decyzji oznacza jednocześnie pozbawienie konsumenta prawa do świadomego wyboru (przemysłanej decyzji). Wyraźnie zatem widać, że głównym motywem podjęcia decyzji gospodarczej jest dostępność produktu przez określony czas i na szczególnie korzystnych dla konsumenta warunkach. Specyficzna z punktu widzenia konsumenta ograniczoność oferty (co do czasu i warunków) jest dla niego swoistą przynętą. W ocenie konsumenta tak korzystna oferta dotycząca produktu może się już więcej nie powtórzyć. Dlatego też pod wpływem wyjątkowości oferty dotyczącej produktu i jej ograniczoności w czasie podejmuje on decyzję gospodarczą niezwłocznie. Oferta specjalna pozbawia konsumenta możliwości dokonania świadomego wyboru przez obiektywną jej ocenę. We wskazanej sytuacji mamy zatem do czynienia z całkowitym przesłonięciem możliwości obiektywnej oceny oferty przez jej specjalne warunki. Zatem przy dokonywaniu przez konsumenta oceny produktu zostaje wyłączona możliwość dokonania świadomego wyboru.⁶

Spółka w stosowanych przez siebie reklamach używała haseł „*Najlepsza oferta-najniższa cena*” zakreślając jednocześnie czas trwania danej promocji np. „*Promocja ważna tylko od 4.11. do 15.11.2013 r.*”, „*Przyjdź do nas od 8 -17 kwietnia*”. Podkreślała przy tym, iż korzystając z określonej promocji konsument zapłaci jedynie 89,95 zł miesięcznie za pakiet „all inclusive” (przy umowie na 14 miesięcy). Takie slogany jednoznacznie wskazują na wyjątkowość danej oferty. Domniemywać zatem należy, że po upływie czasu promocji warunki przystąpienia do klubu nie będą już tak korzystne. Potwierdza to skarga konsumentki, która jednoznacznie wskazuje, iż podpisała umowę ze Spółką pod wpływem reklamy, w przekonaniu o wyjątkowości tej oferty (pkt 2.9. stanu faktycznego decyzji). Natomiast, jak wnika ze zgromadzonego materiału dowodowego, ulotki informujące o promocyjnej cenie za usługę „all inclusive” stosowane są od początku działalności Spółki. Podkreślić przy tym należy, iż informacja ta nie jest prawdziwa. Faktycznie bowiem konsument ponosi także dodatkową opłatę serwisową, płatną do 15-go dnia trzeciego miesiąca każdego kwartału kalendarzowego oraz opłaty początkowe tj. opłatę wpisową oraz opłatę za kartę członkowską (pkt 2.10 stanu faktycznego decyzji). Tym samym opłata za świadczone usługi, którą uiszcza konsument, jest większa niż podano to w ulotce. Do dnia 23 kwietnia 2014 r. Spółka w ulotkach w ogóle nie podawała informacji o konieczności uiszczenia opłaty serwisowej. Również informacja o konieczności zapłaty lub zwolnieniu z opłaty wpisowej i/lub opłaty członkowskiej podawana nie była pełna- niejednokrotnie wskazywano na konieczności zapłaty lub zwolnieniu tylko z jednej z nich (patrz pkt 2.10 stanu faktycznego decyzji).

⁶ M.Sieradzka “Komentarz do art.4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”, Lex Omega

Zdaniem Prezesa podawanie w ulotce reklamowej, zachęcającej do członkostwa w klubie, informacji co do wysokości opłat oraz czasu obowiązywania promocji ma na celu zasugerowanie wyjątkowości oferty i atrakcyjności ceny usługi, co wpływa na podjęcie decyzji przez konsumenta w tej kwestii. Tak sformułowana oferta jest swoistą przynętą dla konsumenta, w którego ocenie może się już więcej nie powtórzyć, dlatego należy z niej jak najszybciej skorzystać. Potwierdza to skarga konsumentki, która bezpośrednio wskazuje, iż cyt. „(...) przy okazji podpisywania umowy, dałam się nabrać na (...) - super promocja, która miała trwać tylko do końca lipca (stąd data podpisania umowy).” Ponadto, jak wykazano powyżej, podawana w ulotce składka miesięczna nie opowiadała wysokości faktycznej opłaty, jaką konsument ponosił.

Zatem tego rodzaju działanie należy uznać za zakazaną prawem nieuczciwą praktykę rynkową, naruszającą art. 4 ust. 1 w zw. z art. 7 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Ad 2) Druga przesłanka naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ust. 3 ustawy o ochronie (...) – godzenie w zbiorowy interes konsumentów.

Jak już wspomniano powyżej, dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy zawarli bądź zamierzali zawrzeć ze Spółką umowę.

Zdaniem Prezesa Urzędu, nieszanowanie praw konsumentów do rezygnacji z członkostwa ze względu na stan zdrowia oraz podawanie w ulotkach, iż cena miesięczna za usługę „all inclusive” wynosi jedynie 89,95 zł, z pominięciem informacji o innych obligatoryjnych opłatach, które konsumenci muszą ponieść, niewątpliwie godzi w ich interesy ekonomiczne.

Jak wykazano powyżej Fitness nie dochowywał warunków umowy, jakie sam zaproponował konsumentom, nie respektował, a wręcz podważał, prawdziwość zaświadczeń lekarskich. Tym samym gwarancje dawane konsumentom przy podpisywaniu umowy, iż w przypadku problemów zdrowotnych będą od niej mogli odstąpić, były tylko iluzoryczne. Natomiast informacje zawarte w ulotkach reklamowych, podkreślających wyjątkowość promocji i krótki czas jej obowiązywania miały na celu uatrakcyjnienie oferty i „przyciągnięcie” jak największej liczby klientów. Takie działanie miało wpływ na decyzje podejmowane przez konsumentów (o czym świadczą przytoczone powyżej skargi, patrz pkt 2.6 i 2.9 stanu faktycznego decyzji). Podkreślić należy, iż konsumenci mają prawo do uczciwego i etycznego traktowania w relacjach z przedsiębiorcami, których elementem jest bez wątplenia uzyskanie rzetelnych (z punktu widzenia konsumentów) informacji o istotnych cechach oferowanego im produktu. Temu uprawnieniu konsumentów odpowiada obowiązek przedsiębiorcy czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny i wpływa on z obowiązku lojalnego kontraktowania.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu stwierdził, że zostały spełnione łącznie wszystkie przesłanki niezbędne dla zakwalifikowania opisanych działań jako praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...).

3.4.2. Zaniechanie praktyki.

Stosownie do art. 27. ustawy o ochronie (...), jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W toku postępowania ustalono, że Spółka z dniem 25 października 2013 r. wprowadziła nowy wzorec umowy „Nowe warunki uczestnictwa”, w którym brak jest postanowienia dotyczącego prawa konsumenta do rezygnacji z usług Spółki ze względu na problemy zdrowotne. Ponadto, od dnia 1 października 2013 r. Fitness uwzględnia wszystkie rezygnacje składane w ww. trybie. W świetle powyższego uzasadnione jest twierdzenie, iż zarzucana praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt II sentencji decyzji, została zaprzestana z dniem przyjęcia przez Fitness zasady przyjmowania wszystkich rezygnacji związanych ze stanem zdrowia członków.

Natomiast od dnia 23 kwietnia 2014 r. Spółka w ulotkach reklamowych podaje informuje o braku opłaty wpisowej i opłaty za kartę członkowską oraz o opłacie serwisowej w kwocie 39,95 raz na kwartał. Zatem Prezes Urzędu uznał, iż praktyka, o której mowa w pkt III sentencji decyzji została zaniechana.

Z uwagi na powyższe orzeczono jak w punkcie II i III sentencji niniejszej decyzji.

5. Rozstrzygnięcie zawarte w pkt IV sentencji decyzji

Zgodnie z art.106 ust.1 pkt 4 ustawy o ochronie (...), Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 .

Z treści przepisu wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny. W związku z tym Prezes Urzędu w ramach uznania administracyjnego decyduje, czy zasadne jest w danej sprawie nałożenie kary.

Dopuszczenie się naruszenia przepisów ustawy może nastąpić zarówno umyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. kiedy przedsiębiorca nie miał na celu działania niezgodnego z normami wynikającymi z przepisów tej ustawy). Kara pieniężna może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się określonego czynu (art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie (...)).

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ww. ustawy o ochronie Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w ww. przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie.

Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez Spółkę praktyki określonej:

- a) w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o ochronie (...) polegającej na stosowaniu we wzorcu umownym niedozwolonych postanowień umownych (pkt I sentencji decyzji),
- b) art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...), polegającej na:
 - nierespektowaniu prawa konsumenta do rezygnacji z członkostwa w klubie fitness prowadzonym przez Spółkę ze względów zdrowotnych, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. (pkt II sentencji decyzji),
 - zamieszczaniu w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive” (przy umowach zawieranych na 14 miesięcy), świadczonej przez przedsiębiorcę w

określonym promocją czasie, wynosi 89,95 zł, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 4 ust. 1 w zw. Z art. 7 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r. (pkt III sentencji decyzji).

W przypadku praktyk opisanych w pkt II i III sentencji decyzji tj. stosowania zabronionych prawem nieuczciwych praktyk rynkowych Prezes Urzędu uznał, że w tym zakresie Fitness działał umyślnie. Sam bowiem dał prawo konsumentom do odstąpienia od umowy z przyczyn zdrowotnych, którego później nie respektował (uwzględnił tylko 18,71 % rezygnacji). Natomiast w ulotkach reklamowych nie zamieszczał wszystkich informacji dotyczących faktycznych opłat, jakie konsument musi ponieść przystępując do klubu. W celu zaś zachęcenia konsumenta do zawarcia umowy stosował hasła sugerujące krótki okres promocji i korzystną stawkę za miesiąc korzystania z usług fitness, w kwocie 89,95 zł.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Fitness praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszenia, Prezes Urzędu uznał, że nałożenie kar pieniężnych na Spółkę jest w pełni uzasadnione.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwoty bazowe, stanowiące podstawę do dalszych ustaleń wysokości kar, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonych w ten sposób kwot bazowych.

Przychód osiągnięty przez Spółkę w 2013 r. wyniósł **(tajemnica przedsiębiorstwa)** zł (dowód: karta nr 88). Maksymalna kara pieniężna, która mogłaby zostać nałożona na przedsiębiorcę wynosi **(tajemnica przedsiębiorstwa)** zł (po zaokrągleniu do 1 zł).

Pierwsza z kar pieniężnych za naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...), w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

Naruszenie przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów polegało na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez nierespektowanie prawa konsumentów do odstąpienia od umowy o korzystanie z usług świadczonych przez przedsiębiorcę ze względów zdrowotnych, co stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki należy wskazać, że takim działaniem przedsiębiorca naruszył dobre obyczaje poprzez nierespektowanie prawa przez siebie utworzonego. Tym samym pozbawił on większość swoich członków (ponad 80%) możliwości rezygnacji z jego usług bez żadnych konsekwencji finansowych.

Określając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło ono na etapie wykonania kontraktu. Natomiast sama praktyka stosowana jest przez od 1 maja 2012 r. do 1 października 2013 r. . Pozwoliło to Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie **(tajemnica przedsiębiorstwa)** % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2013 r., zaś kwota bazowa stanowiąca równowartość tego procenta przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2013 r. wynosi **(tajemnica przedsiębiorstwa)** zł (po zaokrągleniu do 1 zł).

W przedmiotowej sprawie okolicznością łagodzącą jest fakt, że przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki bezpośrednio jeszcze przed otrzymaniem postanowienia o wszczęciu

niniejszego postępowania (-30%). Występują również okoliczności obciążające tj. umyślność naruszenia (+50%) oraz znaczne korzyści uzyskiwane przez Spółkę w związku ze stosowaniem przedmiotowej praktyki (+10%). Zestawienie wymienionych okoliczności daje łączne podwyższenie kwoty bazowej o 30%. Dlatego też za stosowanie praktyki określonej w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **13.299 zł**.

Kara pieniężna orzeczona w punkcie IV.a sentencji niniejszej decyzji stanowi **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** przychodu Spółki za 2013 r., czyli **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Druga z kar pieniężnych za naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie (...), w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji.

Naruszenie przez Fitness zbiorowych interesów konsumentów polegało na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez zamieszczanie w ulotkach reklamowych niezgodnych z prawdą informacji, iż cena usługi „all inclusive”, świadczonej przez przedsiębiorcę w określonym promocyjnym czasie, wynosi 89,95 zł (przy umowach zawieranych na 14 miesięcy), co stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 w zw. 7 pkt 7 art. ustawy o przeciwdziałaniu n.p.r.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki należy wskazać, że takim działaniem wprowadził konsumentów w błąd co do faktycznej kwoty ponoszonych kosztów korzystania z usług Fitness oraz co do okresu, w jakim promocja obowiązuje. Przedstawiając w ulotkach reklamowych, iż zapisy do klubu na preferencyjnych warunkach obowiązują tylko w danym określonym okresie wywarł wpływ na konsumenta do podjęcia decyzji o zawarciu umowy.

Określając wagę tego naruszenia przyjąć należy, iż nastąpiło ono na etapie przedkontraktowym, w okresie od 1 maja 2012 r. do 23 kwietnia 2014 r.

W związku z tym Prezes Urzędu przyjął, iż waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2013 r., zaś kwota bazowa stanowiąca równowartość tego procenta przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2013 r. wynosi **(tajemnica przedsiębiorstwa) zł** (po zaokrągleniu do 1 zł).

W przedmiotowej sprawie okolicznością łagodzącą jest fakt, że przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki bezpośrednio jeszcze przed otrzymaniem postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania (-30%). Występują również okoliczności obciążające tj. umyślność naruszenia (+50%). Zestawienie wymienionych okoliczności daje łączne podwyższenie kwoty bazowej o 20%. Dlatego też za stosowanie praktyki określonej w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu postanowił nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości **(tajemnica przedsiębiorstwa) zł**.

Kara pieniężna orzeczona w punkcie IV.b sentencji niniejszej decyzji stanowi **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** przychodu Spółki za 2013 r., czyli **(tajemnica przedsiębiorstwa) %** kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Przyjmując wspomniane ww. okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć kary w wysokości określonej, **jak w punktach IV.a i IV.b. sentencji decyzji.**

Zatem, sumarycznie ujęte kary, nałożone na Spółkę w pkt IV sentencji decyzji, kształtują się na poziomie 19.437 zł, stanowi (tajemnica przedsiębiorstwa) % przychodu Spółki

za 2013 r., czyli (**tajemnica przedsiębiorstwa**) % kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona.

Podkreślić należy, iż kara pieniężna powinna spełniać funkcję represyjną, jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie (...), jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też ich walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszaniem interesów konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu kara w powyżej ustalonej wysokości takie cele spełni.

Przyjmując wspomniane ww. wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie (...), jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć karę w wysokości określonej, jak w punkcie IV sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 1 ustawy o ochronie (...) karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawie: **NBP O/O Warszawa 511010100078782231000000**.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor del. we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk