



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

RŁO.610.5.2022.EP

Łódź, 22 grudnia 2022 r.

WERSJA JAWNA

DECYZJA NR RŁO 10/2022

Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, umarza w całości jako bezprzedmiotowe postępowanie wszczęte z urzędu:**

I. w sprawie stosowania przez **Vita Lift Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością Spółkę Komandytową z siedzibą w Poznaniu** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. wywoływaniu wrażenia w trakcie prowadzonych przez Spółkę spotkań, na których prezentowano towary z oferty Spółki, że konsument już uzyskał lub uzyska bezwarunkowo nagrodę, tj. wygrał w związku z przeprowadzonym w czasie spotkania losowaniem nagrodę w postaci produktów z oferty Spółki lub w związku z losowaniem otrzymuje możliwość zakupu tych produktów po cenie promocyjnej, podczas gdy warunkiem otrzymania wylosowanych nagród jest ich zakup lub zakup ich wraz z innymi produktami oferowanymi przez Spółkę po cenie określonej w umowie jako „cena promocyjna”, a rzeczywisty upust nie istnieje

- co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 9 pkt 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a w konsekwencji mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. wprowadzaniu w błąd konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowy sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa w zakresie prawa do odstąpienia od zawartej umowy, poprzez przekazywanie im nieprawdziwych informacji, że nie przysługuje im prawo do odstąpienia od zawartej umowy

- co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a w konsekwencji mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

II. przeciwko **Iwonię Jaśkowskiej** - członkowi zarządu pełniącemu funkcję prezesa zarządu Vita Lift Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu, będącej komplementariuszem i jedynym uprawnionym do reprezentacji Vita Lift Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Spółki komandytowej z siedzibą w Poznaniu - jako osobie zarządzającej Vita Lift Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością Spółką komandytową z siedzibą w Poznaniu - w sprawie nałożenia kary pieniężnej na podstawie art. 106b ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Vita Lift Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością Spółkę komandytową z siedzibą w Poznaniu zakazów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), w zakresie wskazanym w pkt. I.1 i I.2 sentencji niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W wyniku wpływających sygnałów od konsumentów oraz od rzeczników konsumentów dotyczących działalności Vita Lift Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Spółki komandytowej z siedzibą w Poznaniu, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) na podstawie art. 48 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275, dalej także jako: „ustawa o okik” lub „uokik”) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z działalnością prowadzoną przez Vita Lift Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Poznaniu (dalej jako: „Spółka”, „Vita Lift” lub „Przedsiębiorca”) lub podmioty z nią powiązane.

W toku ww. postępowania Prezes Urzędu zgromadził materiał dowodowy (w tym skargi konsumentów i zawiadomienia rzeczników konsumentów), którego analiza wskazywała, że Spółka mogła stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W dniu 26 maja 2022 r., postanowieniem nr 1/610.5.2022 (zwanym dalej: Postanowieniem) Prezes Urzędu wszczął z urzędu postępowanie:

I. w sprawie stosowania przez Vita Lift praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. wywoływaniu wrażenia w trakcie prowadzonych przez Spółkę spotkań, na których prezentowano towary z oferty Spółki, że konsument już uzyskał lub uzyska bezwarunkowo nagrodę, tj. wygrał w związku z przeprowadzonym w czasie spotkania losowaniem nagrodę w postaci produktów z oferty Spółki lub w związku z losowaniem otrzymuje możliwość zakupu tych produktów po cenie promocyjnej, podczas gdy warunkiem otrzymania wylosowanych nagród jest ich zakup lub zakup ich wraz z innymi produktami oferowanymi przez Spółkę po cenie określonej w umowie jako „cena promocyjna”, a rzeczywisty upust nie istnieje



- co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 9 pkt 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 poz. 2070, dalej także jako: „upnpr”), a w konsekwencji mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

2. wprowadzaniu w błąd konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowy sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa w zakresie prawa do odstąpienia od zawartej umowy, poprzez przekazywanie im nieprawdziwych informacji, że nie przysługuje im prawo do odstąpienia od zawartej umowy

- co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w konsekwencji mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

II. przeciwko Iwoni Jaśkowskiej - członkowi zarządu pełniącemu funkcję prezesa zarządu komplementariusza i jedyne go uprawnionego do reprezentacji Spółki - jako osobie zarządzającej Spółką - w sprawie nałożenia kary pieniężnej na podstawie art. 106b ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez ten podmiot zakazów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie wskazanym w pkt. I.1 i I.2 sentencji Postanowienia.

Ponadto postanowieniem nr 2/610.5.2022 z dnia 26 maja 2022 r. Prezes UOKiK zaliczył w poczet jego akt dokumentację zgromadzoną w postępowaniu wyjaśniającym oraz sygnały zebrane poza tym postępowaniem. Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania i zaliczeniu w poczet dowodów określonych dowodów pismem z dnia 26 maja 2022 r., natomiast Iwona Jaśkowska pismem z dnia 30 czerwca 2022 r.

W toku postępowania Prezes Urzędu pismem z 30 czerwca 2022 r. zwrócił się do Spółki o udzielenie dalszych informacji w celu ustalenia stanu faktycznego. W dniu 7 lipca 2022 r. w godzinach przedpołudniowych Spółka reprezentowana przez pełnomocnika zapoznała się ze zgromadzonym w sprawie materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Vita Lift została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000861934 (REGON 387118641, NIP 7831824730) w dniu 25 września 2020 r., zaś przedmiotem przeważającej działalności Przedsiębiorcy była *Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami.*

Iwona Jaśkowska była komandytariuszem w Spółce i jednocześnie Prezesem (i jedynym członkiem) Zarządu jedyne go komplementariusza - tj. Vita Lift sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu KRS nr 0000722583, jedyne go podmiotu uprawnionego do reprezentacji Spółki.

W dniu 7 lipca 2022 r. Spółka została wykreślona z KRS (jak wynika z danych zamieszczonych w Portalu Rejestrów Sądowych na stronie internetowej prs.ms.gov.pl wpis przez sąd rejestrowy został dokonany tego dnia o godz. 13.09) w związku z podjęciem przez



wspólników Spółki uchwały w sprawie jej rozwiązania oraz określenia innego niż likwidacja sposobu zakończenia działalności Spółki. Postanowienie sądu w przedmiocie wykreślenia uprawomocniło się z dniem 15 lipca 2022 r. (jak wynika z danych zamieszczonych w Portalu Rejestrów Sądowych na stronie internetowej prs.ms.gov.pl wpis przez sąd rejestrowy został dokonany w dniu 14 września 2022 r.).

Spółka prowadziła działalność na terenie całej Polski. W piśmie z dnia 18 marca 2021 r. Vita Lift wyjaśniła, że prowadzi działalność przy wykorzystaniu podnajętych pracowników handlowych od spółki [usunięto], z którą Vita Lift współpracuje przy organizacji pokazów i od której nabywa gotowe spotkania handlowe, umawiane wcześniej przez zewnętrzną firmę telemarketingową. Przedsiębiorca wskazał przy tym, że nie zawierał pisemnych umów z [usunięto] w zakresie odsprzedaży zakontraktowanych w telemarketingu pokazów oraz leasingu pracowniczego. Ponadto, jak wynika z pisemnego oświadczenia Prezes Zarządu Iwony Jaśkowskiej uprawnionej do reprezentowania Spółki, datowanego na 26 lutego 2021 r., udzieliła ona pracownikom i współpracownikom [usunięto] pełnomocnictwa do podejmowania w imieniu i na rzecz Vita Lift czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów sprzedaży produktów oferowanych przez Vita Lift, zgodnie z zasadami regulaminu współpracy, w tym również do odbioru całości i/lub części ceny sprzedaży objętej zawartą przez firmę umową.

Na podstawie danych zamieszczonych w rejestrze przedsiębiorców KRS ustalono też, że:

- Iwona Jaśkowska była od lutego 2020 r. jedynym członkiem zarządu spółki [usunięto] aż do dnia wykreślenia tego podmiotu z rejestru przedsiębiorców KRS we wrześniu 2022 r. w związku z przekształceniem tej spółki w spółkę komandytową;
- [usunięto] była jedynym komplementariuszem uprawnionym do reprezentacji ww. spółki [usunięto] (wykreślonej z rejestru przedsiębiorców KRS z dniem 1 września 2022 r.);

W zakresie zakupu towarów oraz podnajmu pracowników biurowych Przedsiębiorca współpracował ze spółką [usunięto] na podstawie ustnej umowy. Jednym ze współników tego podmiotu jest ww. Iwona Jaśkowska.

Spółka w toku postępowania wyjaśniającego przedłożyła „aktualny” cennik oferowanych na spotkaniach i prezentacjach towarów, wskazując, że cennik jest zmienny, a decyzję w zakresie cen towarów podejmuje zarząd spółki uwzględniając w tym zakresie np. cenę za zakup oferowanego towaru oraz pozostałe koszty, jakie ponosi Spółka w zakresie organizacji prezentacji, na których oferowane są towary. Przedsiębiorca podkreślił, że ceny produktów są jawne i podawane konsumentom - zarówno w odniesieniu do cen produktów sprzedawanych w zestawach, jak i tych sprzedawanych pojedynczo - jeżeli Przedsiębiorca oferuje sprzedaż pojedynczych towarów. Niemniej jednak przedstawiony w toku postępowania wyjaśniającego cennik nie zawiera cen poszczególnych towarów (poza tzw. wyciskarką), nie zostały one też wymienione z nazwy; w cenniku podane są natomiast następujące kwoty za ilość produktów:

- za 6 produktów podana jest kwota [usunięto] ,
- za 5 produktów podana jest kwota [usunięto] ,
- za 4 produkty podana jest kwota [usunięto] ,



- za 3 produkty podana jest kwota [usunięto] ,
- za 2 produkty podana jest kwota [usunięto] ,
- za 1 produkt podana jest kwota [usunięto] ,
- wyciskarka - podana kwota [usunięto] .

Oferta Spółki skierowana była do nieokreślonej grupy konsumentów. Spółka wyjaśniła, że nie prowadzi polityki ani strategii sprzedażowej opartej na określonej kategorii wiekowej, jednakże analiza zgromadzonego materiału dowodowego w postaci skarg konsumenckich, które napłynęły do Prezesa Urzędu lub rzeczników konsumentów wykazała, że konsumentami, którzy mogli być dotknięci praktykami Spółki wskazanymi w sentencji postanowienia, były często osoby starsze, często w wieku 65+. Konsumentów w tym wieku mogą być szczególnie narażeni na naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki, w tym nieuczciwe praktyki rynkowe. Wynika to zarówno z predyspozycji fizycznych (np. wad wzroku, słuchu, kontuzji układu ruchowego), jak i cech umysłowych. Osoby te często charakteryzują się zwiększonym zaufaniem wobec osób trzecich, zazwyczaj są także bardziej podatne na presję. Cechy te mogły być wykorzystywane przez Spółkę m.in. w procesie zawierania umowy.

Z treści skarg konsumenckich zgromadzonych przez Prezesa UOKiK wynika powtarzający się mechanizm zachowania Przedsiębiorcy. Najpierw konsument otrzymywał telefoniczne zaproszenie na spotkanie m.in. w ramach programów „Zdrowe wielkopolskie” czy „Zdrowe zachodniopomorskie” (itp.). Po rozmowie telefonicznej konsumenci niejednokrotnie otrzymywali potwierdzenia sms. W rzeczywistości podczas tych spotkań odbywały się prezentacje produktów oferowanych przez Spółkę.

W trakcie spotkania odbywały się także tzw. losowania, w wyniku których konsumenci uczestniczący w prezentacji rzekomo wygrywali jako nagrody prezentowane produkty lub mieli możliwość otrzymania zniżki na ich zakup.

Konsumentów w nadesłanych do UOKiK oraz do rzeczników konsumentów skargach opisywali to w następujący sposób (pisownia oryginalna):

- „W wyniku losowania osobie która miała być obdarowana oferowano obniżenie ceny określając to jako uprawnienie do odbioru nagrody. Aby odebrać rzekomą nagrodę z powodu jej ogromnej wartości (ceny) wymagało to od kupującego zawarcia umowy kredytowej na sfinansowanie tego w istocie zakupu (...)”

- „Poproszono mnie do pokoju (przedtem była dyskusja między młodymi osobami „tę panią daj mnie” Pani która tam siedziała rozmawiała przez telefon i po chwili z okrzykiem i klaskaniem w dłonie powiedziała cyt „ale ma pani wyjątkowe szczęście bo została pani wylosowana nagroda na ten sprzęt i po chwili z telefonu usłyszałam fanfary, a pani zaczęła klaskać w dłonie i powiedziała „że pani jest szczęściarą, bo wygrała pani w drodze limitu ten sprzęt wskazując ręką na stojące na biurku pudełko. Okrzyki były jeszcze kilkakrotnie „wygrała pani, wygrała” Ten sprzęt dostaje pani za darmo to jest oczyszczacz powietrza i przyrząd do masażu kręgosłupa.” [konsumentka zawarła umowę za cenę promocyjną 4 500 zł - na umowie wskazano 2 szt. produktów]

- „Następnie organizatorzy zaprosili po jednej osobie z każdej parydo losowania, które miało wyłonić szczęśliwców mogących zakupić wyroby zaprezentowane podczas pokazu po



preferencyjnych cenach. (...) poinformował nas, że wylosowany przeze mnie szczęśliwy numer uprawnia nas do wszystkich możliwych rabatów i podał warunki zakupu poszczególnych elementów (...) wraz z informacją o znacznie korzystniejszej cenie produktów w pakiecie (...)” [konsumentka zawarła umowę za cenę promocyjną 9 900 zł - na umowie wskazano 6 szt. produktów]

- „Nastąpiła część losowania kopert. Jako przedostatni wylosowałem kopertę z czterema losami i po gratulacjach poszedłem do stołu przy którym siedziała kobieta sprzedawca. Wytłumaczyła co jest moimi nagrodami wylosowanymi w tym losowaniu. Był to materac Medi Art., Anubus, Materac Bodygard, Fryderyk Kombiwar, Słuchawki Casada. Pani sprzedawczyni proponowała by wziąć materac powietrzny gdyż jest do niego bonifikata w wysokości 4000 zł. Ze względu na dużą dopłatę nie chciałem go zakupić. Jednak zostałem przekonany o zasadności zakupu” [konsument zawarł umowę za cenę promocyjną 10 900 zł - na umowie wskazano 5 szt. produktów]

- „Zdezorientowanych uczestników zapraszano do szklanej miski, aby losowali koperty z prezentami. Po wylosowaniu kopert „wyspecjalizowani fachowcy wprowadzając rozgardiasz tłumaczyli jakie to szczęście spotkało losujących, rozczarowanie przyszło później. Okazało się że za te rzekome prezenty trzeba zapłacić i to spore pieniądze.”

- „Po jakimś czasie Pan poinformował, że komputer mnie wylosował i wygrałem wiele produktów. Miałem okazać dowód w celu spisania danych, kto wygrał. Podsunięto mi odbioru nagród, dopiero po czasie zorientowałem się, że jest to umowa sprzedaży. Podczas podpisywania wielokrotnie pytałem się czy będę za coś płacić, zapewniano mnie, że nie - bo wygrałem powyżej wymienione rzeczy”. [konsument zawarł umowę za cenę promocyjną 14 900 zł - na umowie wskazano 7 szt. produktów]

- „Następnie pokazano nam ceny. I tak Ozonator był w cenie 14900 zł (...) Ceny zaporowe. Nikt nikogo oczywiście nie namawiał do kupna, ale w nagrodę za dobre opinie można było wylosować kopertę z jakąś nagrodą. I tu niespodzianka. Zostałam wylosowana, wybrałam kopertę i zostałam skierowana do rozmowy z miłą panią. Oczywiście wylosowałam wszystko! Wszystkie produkty były za darmo, a jedynie Ozonator musiałabym kupić, w preferencyjnej cenie 10 900 zł Spłata była rozłożona na 48 rat, ale nie dano czasu na zastanowienie. (...) Również w domu sprawdziłam ceny (...). Ozonator, łudząco podobny do tego z prezentacji, kosztował 800 zł, a nie 14900 zł.” [konsumentka zawarła umowę za cenę promocyjną 10 900 zł - na umowie wskazano 6 szt. produktów]

- „Po pokazie było losowanie nagród. Wylosowałem kopertę z nagrodami, za jedną (ozonator) miałem zapłacić.” [konsument zawarł umowę za cenę promocyjną 11 900 zł - na umowie wskazano 5 szt. produktów].

Po losowaniu konsumenci byli zapraszani na indywidualne rozmowy do specjalnie przygotowanych stanowisk w celu dokonania dalszych czynności (często pod presją czasową uniemożliwiającą im zapoznanie się z warunkami transakcji), których efektem było zawarcie umowy sprzedaży ze Spółką (zakup prezentowanych towarów) w „cenie promocyjnej”.

Jak wynika ze zgromadzonych egzemplarzy umów i przekazanego wzorca umowy, na pierwszej stronie umowy sprzedaży przygotowano stałe miejsce, gdzie wpisywana była cena zakupu określona jako „cena promocyjna”, brak jednak w umowie informacji o cenie przed rabatem/regularnej, przy czym owe „ceny promocyjne” sięgały od kilku do kilkunastu



tysięcy złotych - najczęściej przedmiotem umowy były generatory ozonu lub materace wełniane wraz z innymi produktami (w różnych konfiguracjach/zestawach). Poza tym, ze zgromadzonych umów wynika, że wylosowane produkty - rzekome nagrody - także zostały ujęte w umowie, przy czym nie zostały one w żaden sposób opisane jako np. nagroda, gratis czy prezent.

Konsumenci podnosili też, że próbując uzyskać informację o możliwości odstąpienia od umowy pracownicy Spółki wprowadzali ich w błąd co do przysługujących im praw, aby nie dopuścić do złożenia rezygnacji w ramach przysługującego prawa do odstąpienia od umowy.

Świadczą o tym m.in. następujące fragmenty skarg i pism nadesłanych przez konsumentów (pisownia oryginalna):

- „ w rozmowie dowiedziałem się że zwrot jest nie możliwy a podejście do nas było równie drwiące jak podczas rozmowy ze sprzedawcą. Zaproponowano nam obniżenie ceny do 2 tys złotych które wpłacił mój tato lecz nie ma możliwości zwrotu”

- „ W dniu 16-go marca zadzwonił do mnie konsultant, który nadal twierdzi, że muszę zostawić ozonator ponieważ nie mam prawo go zwrócić”

- „Rozmowa nie była przyjemna, stanowczo oznajmił, że przedmioty medyczne nie podlegają zwrotowi. Na moje stwierdzenie, że nic mi na ten temat nie wiadomo uniósł głos i rozłączył się.”

- „Zacząto wywierać naciski na te osoby, prowadząc mylące informacje. Że towaru nie wolno sprzedawać, że towar wylosowany (a nie wybrany) nie podlega zwrotowi. Zdezorientowany konsument zaopatrzonej w sporządzony dokument jest wypraszany ze spotkania (...)”.

- „Gdy zadzwoniłam po wszystkim do tej firmy powiedziano mi, że nie mogę zwrócić towaru i muszę płacić, bo przyjdzie komornik.”

- „Gdy po pokazie kontaktowałem się z centralą i sprzedawcą, poinformowałem ich, że zamierzam odstąpić od umowy, wmawiano mi, że nie mam do tego prawa i nie mogę. Pan sprzedający który zadzwonił za chwilę straszył mnie, że nie mogę oddać produktów, że współpracują z takimi prawnikami, którzy nie dopuszczają do odstąpienia od umowy. Nakłaniano mnie do podpisania kolejnej umowy, w której proponowano wybranie dwóch dowolnych produktów (...)”.

Jako powody braku możliwości odstąpienia podawane były w szczególności informacje, iż nabyty przez konsumentów towar objęty jest promocją, jest przeceniony lub jest sprzętem medycznym i w związku z tym nie przysługuje im prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy lub w ogóle nie podawali powodów dlaczego nie jest możliwy zwrot towaru, mimo, że nie upłynął jeszcze ustawowy termin na odstąpienie od umowy. W jednej ze skarg konsumentka wskazała, że powiedziano jej, że skoro nie podpisała drugiej strony umowy, gdzie była informacja o prawie do odstąpienia od umowy, takie prawo jej nie przysługuje.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:



Interes publiczny

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publiczny. Stwierdzenie zagrożenia interesu publicznego pozwala na realizację celu ww. ustawy, wskazanego w jej art. 1 ust. 1, którym jest m.in. ochrona interesów konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy byli lub mogli być narażeni na negatywne skutki stosowania przez Spółkę kwestionowanych praktyk. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ww. ustawy zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do ust. 2 powołanego przepisu, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności, jak wymienia przepis art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, nieuczciwe praktyki rynkowe. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 uokik).

Jak wynika z art. 24 ust. 2 uokik, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może zostać uznane wyłącznie takie działanie przedsiębiorcy, które spełnia łącznie następujące przesłanki:

- podejmowane jest w relacji przedsiębiorca - konsument,
- jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu działania podejmowane przez Spółkę wskazane w sentencji niniejszej decyzji mogły wypełniać znamiona bezprawności poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 upnpr.

Odnosząc się do zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych należy wskazać, że zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przepis ten ma charakter klauzuli generalnej, która w celu wykazania stosowania danej praktyki wymaga odpowiedniej konkretyzacji.

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.

Artykuł 4 ust. 2 upnpr stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Co istotne, zgodnie z



art. 4 ust 2 zd. 2 upnr, wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przestępstw określonych w ust. 1.

W myśl 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. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnr), które w szczególności może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy (art. 5 ust. 3 pkt 4 upnr).

Ustawodawca w art. 9 pkt 8 upnr wskazał, że nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach jest między innymi agresywna praktyka rynkowa polegająca na wywoływaniu wrażenia, że konsument już uzyskał, uzyska bezwarunkowo lub po wykonaniu określonej czynności nagrodę lub porównywalną korzyść, gdy w rzeczywistości nagroda lub inna porównywalna korzyść nie istnieje lub uzyskanie nagrody lub innej porównywalnej korzyści uzależnione jest od wpłacenia przez konsumenta określonej kwoty pieniędzy lub poniesienia innych kosztów.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Artykuł 2 pkt 8 upnr wskazuje, że przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Zachowanie Spółki w zakresie stawianych zarzutów stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych powinno zatem podlegać ocenie w odniesieniu do przeciętnego konsumenta.

Zważywszy na treść sygnałów przekazywanych przez konsumentów Prezes Urzędu wszczął wobec Vita Lift postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jak również przeciwko Iwonie Jaśkowskiej jako osobie zarządzającej Spółką, o nałożenie kary pieniężnej za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów w zakresie zachowań opisanych w Postanowieniu. Prezes UOKiK postawił Spółce dwa zarzuty:

- 1) dotyczący wywoływania w trakcie organizowanych przez Przedsiębiorcę pokazów wrażenia, że konsument już uzyskał lub uzyska bezwarunkowo nagrodę,
- 2) odnośnie przekazywania konsumentom nieprawdziwych informacji sugerujących, że nie przysługuje im prawo do odstąpienia od zawartej umowy sprzedaży.

Odnośnie pierwszej z zarzuconych Spółce praktyk zgromadzony materiał dowodowy uzasadniał podejrzenie, że zachowanie Spółki polegające na wywoływaniu wrażenia, że konsument już uzyskał lub uzyska bezwarunkowo nagrodę, którą stanowią mają prezentowane produkty (podczas gdy warunkiem otrzymania tych nagród jest ich zakup lub zakup z innymi produktami) lub wyjątkowy rabat na ich zakup (w sytuacji, gdy korzyść taka nie istnieje), mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 9 ust 8



upnpr. Jak wynikało ze zgromadzonego materiału dowodowego, w przedmiotowej sprawie nagroda nie istniała, bowiem za wylosowaną rzecz trzeba było zapłacić - kupić ją lub jej uzyskanie wiązało się z zakupem innych towarów. Poza tym, jak wskazano wyżej, na formularzach umów brak było informacji o cenie regularnej („bez promocji”), również sama Spółka nie przedstawiła cennika pojedynczych towarów, a przedłożone ceny zestawów miały szeroki zakres. Jedna z konsumentek wskazała na podawanie w toku pokazu informacji o wysokich cenach sugerowanych/detalicznych (opisała je jako „zaporowe”), łącznie z informacją o możliwym zakupie promocyjnym. Powyższe uzasadniało tezę, że w rzeczywistości żadnej promocji nie było (rabat nie istniał), a przeprowadzane losowania, sposób prezentacji cen i informowanie o wygranej lub o możliwości zakupu w cenie promocyjnej miały tylko stworzyć wrażenie wyjątkowości i atrakcyjności oferty prezentowanej na pokazie i wpłynąć na proces decyzyjny danego konsumenta.

Druga z zarzuconych Spółce praktyk polegała na przekazywaniu konsumentom wprowadzających w błąd nieprawdziwych informacji, że nie przysługuje im prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Odnotować należy, że zgodnie z art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r. poz. 287 ze zm., dalej także jako: „upk”) konsument, który zawarł umowę 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. Ponadto, ustawa o prawach konsumenta w art. 38 upk wskazuje umowy, co do których prawo do odstąpienia konsumentowi nie przysługuje mimo, że umowy te były zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa. Natomiast w art. 3 upk znajduje się katalog umów, co do których przepisy upk w ogóle nie znajdują zastosowania. W przypadku umów zawieranych przez Przedsiębiorcę brak było jakichkolwiek okoliczności umożliwiających wyłączenie prawa konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Tym samym podejmowane wobec konsumentów działania przedstawicieli Spółki, którzy informowali o braku możliwości skorzystania z prawa odstąpienia od umowy między innymi pod pretekstem, że produkt był zakupiony w promocji, jest wyrobem medycznym lub w ogóle nie podając uzasadnienia, mogły stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Podsumowując opisane wyżej działania Spółki Prezes Urzędu wskazuje, że zasadne było postawienie ww. zarzutów naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Opierając się na wykładni przepisu art. 24 ust. 2 i 3 uokik, przez zbiorowy interes konsumentów należy rozumieć interes dotyczący ogółu (zbiorowości), zaś jego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Z tego względu zachowanie Przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów było w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagrażało ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów.

Zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych,



zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również *stricto* ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W ocenie Prezesa Urzędu, kwestionowane działania Spółki mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów. W niniejszej sprawie skutkami działań Spółki dotknięty mógł zostać nieokreślony z góry krąg konsumentów - wszystkich, do których Przedsiębiorca kierował swoją ofertę. Zachowanie Przedsiębiorcy opisane w sentencji mogło naruszyć bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych, a jednocześnie wpływać bezpośrednio na ich interesy ekonomiczne. Konsumentom poddani ww. działaniom Spółki mogli być pozbawieni możliwości podjęcia świadomej decyzji w przedmiocie zawarcia umowy sprzedaży. Ponadto, działania Spółki w poważnym stopniu mogły ograniczać uprawnienia konsumenckie lub utrudniać konsumentom ich wykonanie. Nie ulega przy tym wątpliwości, iż interes konsumentów naruszany wskutek zachowania Spółki miał charakter zbiorowy. Działania Spółki dotyczyły bowiem z góry nieograniczonego i bliżej nieokreślonego kręgu odbiorców.

Niezależnie jednak od poczynionych ustaleń i ewentualnej negatywnej oceny Prezesa Urzędu w przedmiocie kwestionowanych zachowań Spółki, organ jest zobowiązany także wziąć pod uwagę formalne przesłanki wydawania rozstrzygnięć wobec stron postępowań w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W szczególności konieczne jest ustalenie w zakresie identyfikacji strony postępowania pod kątem jej zdolności do występowania w postępowaniu, co z kolei sprowadza się do ustalenia, czy może być ona adresatem decyzji administracyjnej w sprawie.

Status przedsiębiorcy

Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów odnosi się tylko do przedsiębiorców. Zgodnie z definicją przedsiębiorcy, zawartą w art. 4 pkt 1 ustawy oikik pod pojęciem tym należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2021 r. poz. 162 ze zm.). Jednocześnie art. 4 ust. 1 ustawy Prawo przedsiębiorców reguluje, że przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Natomiast stosownie do art. 3 Prawa przedsiębiorców, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

Działalność prowadzona przez Spółkę miała charakter zarobkowy, była wykonywana w sposób zorganizowany oraz ciągły. Spółka prowadziła działalność gospodarczą na podstawie wpisu do KRS, a zatem jako osoba prawna (spółka prawa handlowego) posiadała przymiot przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik.

W trakcie prowadzonego w niniejszej sprawie postępowania administracyjnego Spółka wskutek wykreślenia jej z rejestru przedsiębiorców KRS w związku z rozwiązaniem Spółki



bez przeprowadzania postępowania likwidacyjnego, utraciła jednak przymiot przedsiębiorcy.

W rezultacie przestała zachodzić jedna ze wskazanych powyżej przesłanek, warunkujących stwierdzenie stosowania praktyki określonej w art. 24 ust. 1 i 2 uokik, odnosząca się do przedsiębiorcy jako podmiotu, którego działania podlegają ocenie pod kątem naruszenia przepisów uokik.

Jak wskazano powyżej, przesłanki stanowiące o stosowaniu przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów muszą wystąpić łącznie. Z tego względu skutkiem braku spełnienia chociażby jednej z nich jest brak możliwości stwierdzenia przez Prezesa Urzędu naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji niemożliwe jest wydanie decyzji administracyjnej stwierdzającej stosowanie takich praktyk.

Umorzenie postępowania

Zgodnie z art. 83 uokik w sprawach nieuregulowanych w tej ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000 ze zm.; dalej: „kpa”).

Stosownie do art. 105 § 1 kpa gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

Umorzenie postępowania na tej podstawie jest obligatoryjne, co oznacza, iż ustalenie przesłanki bezprzedmiotowości postępowania stwarza obowiązek zakończenia postępowania w danej instancji przez jego umorzenie, ponieważ brak jest podstaw do rozstrzygnięcia sprawy co do jej istoty. Dalsze prowadzenie postępowania w takim przypadku stanowiłoby o jego wadliwości, mającej istotny wpływ na wynik sprawy. Podkreślić przy tym należy, iż przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie ujawnione w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawisłej przed organami administracyjnymi. Przesłanką umorzenia postępowania jest brak któregośkolwiek z elementów w odniesieniu co do strony podmiotowej, jak i przedmiotowej postępowania. Zgodnie z wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 24 kwietnia 2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01), bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a w związku z tym nie można wydać decyzji zatwierdzającej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia.

W niniejszej sprawie należy stwierdzić, że z uwagi na to, że Spółka, której postawiono zarzuty stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przestała istnieć, to jej działania zakwestionowane w postępowaniu administracyjnym nie mogą zostać uznane za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 uokik.

Konsekwencją niemożności wydania rozstrzygnięcia co do istoty sprawy wobec Spółki z uwagi na utratę przez nią bytu prawnego jest brak możliwości nałożenia kary na Iwonę Jańskowską jako osobę zarządzającą Spółką na podstawie art. 106b ust. 1 ustawy okik. Nie można bowiem nałożyć takiej kary, jeśli nie doszło do stwierdzenia naruszenia przez Przedsiębiorcę



zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik nawet, jeśli zgromadzony materiał dowodowy wskazywałby, że osoba zarządzająca dopuściła w sposób umyślny do naruszeń przez Spółkę.

Nie jest zatem możliwe w niniejszej sprawie wydanie decyzji administracyjnej załatwiającej tę sprawę przez rozstrzygnięcie co do jej istoty. W związku z tym uzasadnione jest stwierdzenie bezprzedmiotowości postępowania administracyjnego, które powoduje konieczność wydania decyzji o umorzeniu postępowania na podstawie art. 105 § 1 kpa w zw. z art. 83 uokik.

Wobec powyższego Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIE

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2021 r., poz. 1805 ze zm.) - od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2022 r. poz. 1125), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zwolnienia od kosztów sądowych może się domagać osoba fizyczna, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

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. Zgodnie z art. 105 ust. 2 tej ustawy, osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swego zamieszkania; sąd przesyła niezwłocznie ten wniosek właściwemu sądowi.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 2 i § 4 k.p.c., strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez



uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy. Osoba fizyczna, która nie ma miejsca zamieszkania w siedzibie tego sądu, może złożyć wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego w sądzie rejonowym właściwym ze względu na miejsce swego zamieszkania, który niezwłocznie przesyła ten wniosek sądowi właściwemu.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Łodzi
Tomasz Dec*

Otrzymuje:

[usunięto]

