



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

RŁO.610.4.2022.EP

Łódź, 23 marca 2023 r.

WERSJA JAWNA

DECYZJA NR RŁO 1/2023

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 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, umarza w całości jako bezprzedmiotowe postępowanie wszczęte z urzędu:**

I. w sprawie stosowania przez **Admeo Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Vita Lift Spółka komandytowa z siedzibą w Poznaniu (dawniej: Vita Lift Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością 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 **Iwone Jaśkowskiej** - członkowi zarządu pełniącemu funkcję prezesa zarządu Vita Lift Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Poznaniu, a następnie jedyne go członka zarządu pełniącemu funkcję prezesa zarządu jedyne go komplementariusza Admeo Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Vita Lift Spółka komandytowa z siedzibą w Poznaniu - jako osobie zarządzającej Spółką - 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 ze zm.) za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Vita Lift Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością 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 ze zm.), 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 m.in. Vita Lift sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, przekształconej obecnie w Admeo sp. z o.o. Vita Lift sp.k. z siedzibą w Poznaniu (dalej jako: „Admeo Vita Lift”, „Spółka”, „Przedsiębiorca”), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) postanowieniem z dnia 16 lutego 2021 r. 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 z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej także jako: „ustawa okik”, „uokik”) w związku z działalnością prowadzoną m.in. przez ww. spółkę lub podmioty z nią powiązane.

Analiza materiału dowodowego uzyskanego w toku ww. postępowania wyjaśniającego oraz zgromadzonych poza tym postępowaniem sygnałów wskazywała, że Spółka mogła stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W dniu 26 maja 2022 r., postanowieniem nr 1/610.4.2022 (zwanym dalej: Postanowieniem) Prezes Urzędu wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i 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;

a także przeciwko Iwonie Jaśkowskiej jako osobie zarządzającej Przedsiębiorcą - 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.

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

Postanowieniem nr 2/610.4.2022 z dnia 26 maja 2022 r. Prezes UOKiK zaliczył w poczet akt prowadzonego postępowania dokumentację zgromadzoną w postępowaniu wyjaśniającym oraz inne wymienione w postanowieniu dokumenty uzyskane przez Prezesa Urzędu. 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 dniu 7 lipca 2022 r. Przedsiębiorca działając przez pełnomocnika zapoznał się z aktami niniejszej sprawy. Pismem z dnia 13 lipca 2022 r. Spółka ustosunkowała się do treści zawiadomienia z dnia 26 maja 2022 r.

Postanowieniem nr 3/610.4.2022 z dnia 28 września 2022 r., Prezes Urzędu postanowił o zaliczeniu w poczet dowodów w prowadzonym postępowaniu kolejny dowód, o czym zawiadomił strony.

Postanowieniem nr 4/610.4.2022 z dnia 15 listopada 2022 r., Prezes Urzędu postanowił o pominięciu dowodów z wniosku Spółki zawartego w piśmie z 13 lipca 2022 r. modyfikowanego kolejnymi pismami. Postanowienie zostało doręczone stronom postępowania.

Postanowieniem nr 5/610.4.2022 z dnia 6 grudnia 2022 r. ograniczono Spółce prawo wglądu do materiału dowodowego dotyczącego indywidualnych danych dot. Iwony Jaśkowskiej stanowiących tajemnicę skarbową. Postanowienie zostało doręczone stronom postępowania.

W dniu 7 grudnia 2022 r. Przedsiębiorca działając przez pełnomocnika po raz kolejny zapoznał się z aktami niniejszej sprawy.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 Kodeksu postępowania administracyjnego, Prezes Urzędu zawiadomił strony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy i pouczając o prawie do końcowego wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów przed wydaniem decyzji kończącej postępowanie. Obie strony skorzystały z ww. uprawnień.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Vita Lift sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: „KRS”) pod nr KRS 0000722583 (REGON 369661454, NIP 7822794030) w dniu 7 marca 2018 r., zaś przedmiotem jej przeważającej działalności była niezmiennie *Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami*. Podmiot ten został wykreślony z rejestru przedsiębiorców KRS w dniu 26 października 2022 r. w związku z przekształceniem go w inną spółkę handlową na podstawie uchwały nr 1 Nadzwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Vita Lift sp. z o.o. (spółka przekształcana) z 17 sierpnia 2022 r. o przekształceniu w spółkę komandytową działającą pod firmą Admeo spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Vita Lift spółka komandytowa (spółka przekształcana), wpisaną do rejestru przedsiębiorców KRS w dniu 30 września 2022 r. pod nr KRS 0000994605 (REGON: 369661454, NIP: 7822794030). Jako przedmiot przeważającej działalności spółki przekształconej wskazano również: *Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami*.

Jak wynika z ww. Uchwały z dnia 17 sierpnia 2022 roku oraz Planu Przekształcenia dostępnych w repozytorium akt rejestrowych Admeo Vita Lift za pośrednictwem ogólnodostępnego systemu teleinformatycznego Ministerstwa Sprawiedliwości Portal Rejestrów Sądowych pod adresem www.rar.ms.gov.pl, przekształcenia dokonano na podstawie art. 562 § 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz.U. 2022 poz. 1467 ze zm., dalej: „ksh”) w zw. z art. 575 oraz art. 563 ksh.

Iwona Jaśkowska co najmniej od 4 lutego 2020 r. (data dokonania wpisu nr 8 w rejestrze przedsiębiorców KRS) była wspólnikiem i jednocześnie Prezesem (i jedynym członkiem) Zarządu spółki przekształconej.

Umową z dnia 24 maja 2022 r., która dostępna jest w repozytorium akt rejestrowych Admeo Vita Lift za pośrednictwem ogólnodostępnego systemu teleinformatycznego Ministerstwa Sprawiedliwości Portal Rejestrów Sądowych pod adresem www.rar.ms.gov.pl 95 udziałów spółki przekształconej zostało sprzedanych spółce Admeo sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu KRS nr 0000969749.

W dniu 21 grudnia 2022 r. Admeo Vita Lift - spółka przekształcona także została wykreślona z KRS w związku z podjęciem przez wspólników tej Spółki dnia 6 października 2022 r. uchwały w sprawie jej rozwiązania oraz określenia innego niż likwidacja sposobu zakończenia działalności Spółki. Postanowienie sądu w przedmiocie wykreślenia uprawomocniło się z dniem 29 grudnia 2022 r.

Iwona Jaśkowska była jednym z dwóch wspólników (komandytariuszem) Admeo Vita Lift - spółki przekształconej. Drugim wspólnikiem - komplementariuszem i jedynym uprawnionym do reprezentacji Admeo Vita Lift była Admeo sp. z o. o., w którym to wspólnikiem większościowym (95 udziałów) jest też Iwona Jaśkowska (do 20 listopada 2022 r. była też Prezesem i jedynym członkiem Zarządu tej spółki). Drugim wspólnikiem Admeo sp. z o. o. jest spółka Centrum Zdrowia Beauty Med sp. z o.o. z siedzibą w Białymstoku (KRS nr 0000724133), której to jedynym wspólnikiem i jedynym członkiem Zarządu jest Iwona Jaśkowska.

Spółka prowadziła działalność na terenie całej Polski. Spółka oświadczyła, że działalność polegająca na sprzedaży towarów poza siecią sklepową prowadzona była w okresie [usunięto], jak również, że „w przeważającej mierze” zawierała z konsumentami umowy podczas prezentacji towarów przez nią oferowanych, na terenie całego kraju oraz że od [usunięto] nie prowadzi działalności gospodarczej polegającej na sprzedaży towarów na spotkaniach prezentacyjnych.

Ponadto Spółka wyjaśniła, że prowadzi działalność przy wykorzystaniu podnajętych pracowników handlowych od spółki [usunięto] (dalej: [usunięto]), z którą 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 Vita Lift - spółki przekształcanej, datowanego na 26 lutego 2021 r., udzieliła ona pracownikom i współpracownikom spółki [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.

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;
- ww. [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 cennik produktów oferowanych w zestawach. Przedstawiony cennik nie zawiera cen poszczególnych towarów (poza tzw. wyciskarką), nie są 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 od [usunięto]
- za 3 produkty podana jest kwota od [usunięto]
- za 2 produkty podana jest kwota od [usunięto]
- za 1 produkt podana jest kwota od [usunięto]
- wyciskarka - podana kwota [usunięto]

Spółka oświadczyła też, że podczas prezentacji oferuje konsumentom zakup konkretnych zestawów, składających się z paru produktów, przedstawiając klientom cennik zestawów, a jeżeli oferuje sprzedaż pojedynczych towarów, ceny produktów sprzedawanych pojedynczo. Dodatkowo Przedsiębiorca wyjaśnił, że ceny oferowanych zestawów znajdują się na

banerach wystawionych podczas prezentacji w widocznym miejscu i uzależnione są od ilości produktów w zestawie, jak i od tego, jakie produkty są w zestawie, od systemu sprzedaży i wielkości prezentacji. Na wartość cen ma też wpływ handlowiec, który może sprzedać zestaw po niższej cenie (co przekłada się na jego prowizję), a maksymalny poziom cen za oferowany na prezentacjach towar jest limitowany przez zarząd Spółki, co oznacza, że handlowiec nie może podwyższyć ceny promocyjnej za towar obowiązującej w Spółce ponad określony poziom.

Oferta Spółki skierowana była do nieokreślonej grupy konsumentów. Spółka wyjaśniła, że nie określono żadnej grupy docelowej dla prowadzonej przez nią działalności, a na prezentacje są zapraszani konsumenci pełnoletni (nie ma przy tym znaczenia wykształcenie czy inne kryteria), 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 decyzji, były często osoby starsze. Konsumenci 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 wynika następujący powtarzający się mechanizm zachowania Przedsiębiorcy. Najpierw konsument otrzymywał telefoniczne zaproszenie na spotkanie związane z turystyką (np. na spotkanie w sprawie wyjazdu w góry czy celem odbioru vouchera do hotelu w ramach ratowania polskiego hotelarstwa i turystyki). W rzeczywistości podczas tych spotkań odbywały się prezentacje produktów oferowanych przez Spółkę.

W trakcie spotkań odbywały się także tzw. losowania, w wyniku których konsumenci uczestniczący w prezentacji rzekomo wygrywali nagrody w postaci konkretnych produktów lub uzyskiwali możliwość zakupu tych produktów w cenach promocyjnych.

Konsumenci przebieg spotkania w tym zakresie opisywali w następujący sposób (pisownia oryginalna):

- „Następnie na ekranie wyświetlano nazwiska „szczęśliwców”, którzy wylosowali poszczególne artykuły. Wśród nich byłem wraz z żoną. Prowadzący zapraszali osoby do osobnych stolików i oznajmiali jacy to jesteśmy szczęściarze. Ja wraz z żoną wylosowaliśmy „za darmo” materac, poduszkę masującą, robot kuchenny oraz multicooker a zapłacić mieliśmy jedynie za generator ozonu i to tylko w promocyjnej cenie 10.900 zł”

- „Spółka poprzez swoich pracowników, złudzeniem rzekomej wygranej większości rzeczy wpłynęła agresywnie na moją decyzję dotyczącą zakupu, wymienionych w umowie sprzedaży, którą załączam.” [konsument zawarł umowę za cenę promocyjną 10 900 zł- na umowie wskazano 6 szt. produktów]

- „Na miejscu okazało się, że chodziło o reklamę urzędzeń. Przedstawiono te urzędzenia. Przed podpisaniem umowy przeze mnie było losowanie prezentów wymienionych w umowie sprzedaży, którą podpisałam. Okazało się, że to nie prezenty, ale przedmioty, za które trzeba zapłacić. Umowę sprzedaży zawarłam (...) za cenę promocyjną 10 900 zł (...). Na spotkaniu było kilka osób. Tylko ja wylosowałam te towary i tylko ja zawarłam umowę.”



[konsumentka zawarła umowę za cenę promocyjną 10 900 zł - na umowie wskazano 8 szt. produktów]

- „Otóż 17.10.2020 zostałam zmanipulowana na pokazie sprzętu, który był prezentowany. Byłam tam z koleżanką i małym 6 letnim wnukiem Dałam się nabrać bo małemu pozano prezent słuchawki, jakieś (wałczery) losowanie, było rzeczywiście pranie mózgu Niby wylosowałam ozonator, który miał kosztować, nie jak pokazywano wcześniej prawie 12 tys. zł, ale tylko 5 tysięcy.”

- „Pod koniec spotkania zorganizowano losowanie nagród. Leżało kilka ponumerowanych kopert. Zadawano pytanie dotyczące pokazu, po odpowiedzi zapytano mnie który numer koperty wybieram. Wskazałam kopert nr.7. Wtedy pan prowadzący powiedział że wygrałam najlepszy wariant. Wygrałam dwa materace, garnek, poduszkę i słuchawki. Poproszono nas o przejście do osobnego stolika, gdzie siedziała inna osoba. Takich stolików było 3. Przy tym stoliku mieliśmy spisać umowę. Okazało się wtedy że wygraliśmy te wszystkie wspaniałe rzeczy gdy zakupimy Generator ozonu za 10 tys 900z.” [w tym przypadku zawarto umowę za cenę promocyjną 10 900 zł- na umowie wskazano 6 szt. produktów]

- „W moim przypadku wylosowałam kopertę zawierającą ofertę na zakup w cenach promocyjnych 5 produktów na co wyraziłem zgodę (Do dzisiaj sam sobie zadaję pytanie, jak mogłem wyrazić zgodę na taką transakcję)” [konsument zawarł umowę za cenę promocyjną 11 400 zł - na umowie wskazano 6 szt. produktów].

Po losowaniu konsumenci byli zapraszani na indywidualne rozmowy do specjalnie przygotowanych stanowisk w celu dokonania dalszych czynności, 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 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 i rzecznicy konsumentów podnosili też, że konsumenci próbując uzyskać informację o możliwości odstąpienia od umowy byli wprowadzani w błąd co do przysługującego im prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży przez przedstawicieli Spółki. Świadczą o tym m.in. następujące fragmenty skarg i pism konsumentów i rzeczników konsumentów (pisownia oryginalna):

- „Ponadto konsument miał problemy ze skorzystaniem z ustawowego prawa do odstąpienia z art. 27 ustawy o prawach konsumenta, i tak najpierw sprzedawca telefonicznie poinformował go o braku takiej możliwości, potem próbował go odwieść od odstąpienia, następnie zaproponował zwrot części rzeczy z pozostawieniem reszty za kwotę 4.500 zł, a ostatecznie straszyl Konsumenta wniesieniem sprawy sądowej o zapłatę”

- „gdy zorientowałam się w oszustwie odmówił mi prawa do odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni”



- „Zadzwońnię do pracownika Spółki, który stwierdził, że rzeczy przyjąć nie może, nie ma możliwości odstąpienia od umowy, po chwili próbował się „dogadać” pozostawiając niektóre z nich za cenę nadal nieprawdopodobnie wysoką. Zadzwońnię także na numer podany w umowie. Pani przyjęła zgłoszenie, i stwierdziła, że zadzwoni do mnie „kierownik”. Kierownik zadzwonił, i poinformował że nie ma możliwości odstąpienia od umowy, zapytałem o podstawę prawną takiego działania - nie uzyskałem jej.”
- „Nie otrzymałem od przedstawiciela firmy wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. (...) Telefony do przedstawiciela w dniu 18.10.2020 aby odstąpić od umowy. Poinformował mnie że to niemożliwe ale porozmawia ze swoją szefową. 19.10.2020 telefon od szefowej, która zaproponowała obniżkę ceny. Gdy dowiedziała się, że chcę rozwiązać umowę poinformowała mnie, że należy postępować zgodnie z umową.”
- „Zaraz po powrocie do domu policzyłam koszty zakupu i doszłam do wniosku, że nie powinnam tych przedmiotów kupować, bo są za drogie. Odstąpiłam od umowy pismem z dnia 20.10.2020 r. i zwróciłam w całości towar wymieniony w umowie i również 4 bony. Przystano mi aneks z dnia 20.10.2020 r., który miał być dostarczony kurierem. Nie chciało przyjąć materaca, generatora ozonu i poduszki AMADEUS twierdząc, że to sprzęt medyczny. Ostatecznie wszystkie przedmioty zakupione przyjęto (...).”
- „Rozmawiałam telefonicznie z (...) (sprzedawcą) o zwrocie tego sprzętu, powiedziała, że to niemożliwe, natomiast obniżyła cenę o 1500 zł, Nie chciałam mieć problemów z taką firmą, więc wysłałam przez bank, nazajutrz jeszcze 2.500 zł, czyli w sumie za ten ozonator zapłaciłam 3 500 zł. W dalszym ciągu boję się jeszcze, czy nie będą dochodzić jeszcze tej obniżonej telefonicznie sumy”
- „Pani proponowała inne warunki umowy, mniej rat lub zapłacić gotówką. Powiedziała że nie jest możliwe odstąpienie od zakupu. (...) Dzwoniono do nas kilkakrotnie (3 lub 4 razy). Mówiono nam że nie możemy odstąpić od umowy, bo są to rzeczy promocyjne, że nie przyjmują zwrotów , że odeślą nam te rzeczy z powrotem, powiedziano nam że sprzęt rehabilitacyjny nie podlega zwrotowi , nawet podawano nam paragrafy na podstawie których nie możemy oddać tych rzeczy.”

Jako powody braku możliwości odstąpienia od zawartej umowy podawane były informacje, iż nabyty przez konsumentów towar objęty jest promocją, jest przeceniony lub jest sprzętem medycznym i w związku z tym nie przysługuje prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy lub w ogóle nie podawano powodów dlaczego nie jest możliwy zwrot towaru, mimo, że nie upłynął jeszcze ustawowy termin na odstąpienie od umowy.

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 sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust 2 zd. 2 upnpr, wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1.

W myśl art. 5 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie

nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr), 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 upnpr).

Ustawodawca w art. 9 pkt 8 upnpr 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 upnpr 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 Przedsiębiorcy 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. 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.

Odnosząc 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”) w brzmieniu obowiązującym w dacie wszczęcia postępowania, 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, został przeceniony, 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 *stricte* 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 oik pod pojęciem tym należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2023 r. poz. 221). 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.

Spółka Vita Lift sp. z o.o. (spółka przekształcana) została wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000722583 (REGON 369661454, NIP 7822794030) w dniu 7 marca 2018 r., a wykreślona w dniu 26 października 2022 r. z uwagi na przekształcenie jej w Admeo Vita Lift na podstawie uchwały Zgromadzenia Wspólników spółki przekształcanej z dnia 17 sierpnia 2022 r.

Z kolei Admeo Vita Lift była spółką prawa handlowego, zarejestrowaną w rejestrze przedsiębiorców KRS od 30 września 2022 r. pod numerem 0000994605, powstałą w wyniku przekształcenia spółki Vita Lift sp. z o.o. i zgodnie z art. 553 § 1 ksh przysługiwały jej wszystkie prawa i obowiązki spółki przekształcanej (ciągłość działalności gospodarczej).

Działalność prowadzona przez ocenianego Przedsiębiorcę 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 prawomocnego wykreślenia jej z rejestru przedsiębiorców KRS w związku z rozwiązaniem Spółki bez przeprowadzania postępowania likwidacyjnego, utraciła jednak ostatecznie 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 ustawy okik.

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 zawistej przed organami administracyjnymi. Przesłanką umorzenia postępowania jest brak któregoś 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]

