



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

**TOMASZ CHRÓSTNY**

Poznań, dnia 24 lipca 2024 r.

RPZ.610.6.2024.PG

**DECYZJA Nr RPZ 9/2024**

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania **HEALTHY LIFE spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie** (dalej również: Spółka lub Przedsiębiorca) polegające na:

1. przekazywaniu przez Spółkę konsumentom nieprawdziwych informacji sugerujących, że zakup w trakcie organizowanych przez nią pokazów handlowych możliwy jest w ramach promocji, tj. w cenie znacznie niższej od cen określanych przez Spółkę jako ceny katalogowe, w sytuacji gdy Spółka w rzeczywistości nie sprzedaje oferowanych towarów po cenach określanych jako katalogowe, a konsument w toku każdej z organizowanych przez Spółkę prezentacji ma możliwość dokonania zakupu w ramach rzekomej promocji, co wprowadza konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w przypadku dokonania przez nich zakupu w trakcie prezentacji i tym samym stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania,**

2. doprowadzaniu do zawarcia umów kredytu konsumenckiego z uczestnikami organizowanych przez Spółkę pokazów, które to umowy związane są bezpośrednio z ofertą złożoną podczas tych pokazów w celu realizacji zawieranych przez Spółkę umów sprzedaży, mimo że pokazy nie są organizowane przez Spółkę w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 7ab ust. 1 i 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania,**

3. przyjmowaniu od konsumentów płatności przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.), w przypadku zawierania przez Spółkę

z konsumentami umów sprzedaży podczas pokazów, mimo że pokazy nie zostały zorganizowane w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 17a ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania,**

4. zawieraniu umów sprzedaży obejmujących sprzedaż wyrobów medycznych poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2023 r. poz. 2759), w sytuacji gdy zawarcie umów nie następuje podczas wizyt w domach konsumentów lub miejscu ich pobytu na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 16 ust. 4 ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. z 2022 r. poz. 974 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

**i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

- II. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nadaje decyzji w zakresie pkt I sentencji rygor natychmiastowej wykonalności,**
- III. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na HEALTHY LIFE spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie środek usunięcia trwających skutków praktyk stwierdzonych w pkt I niniejszej decyzji, w postaci obowiązku skierowania listem zwykłym - w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli w okresie od dnia 1 stycznia 2023 r. do dnia wydania decyzji w niniejszej sprawie, tj. do dnia 24 lipca 2024 r. z HEALTHY LIFE spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie umowy sprzedaży, w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji, o treści:**

*Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 9/2024, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania HEALTHY LIFE spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie polegające na:*

1. *przekazywaniu przez Spółkę konsumentom nieprawdziwych informacji sugerujących, że zakup w trakcie organizowanych przez nią pokazów handlowych możliwy jest w ramach promocji, tj. w cenie znacznie niższej od cen określanych przez Spółkę jako ceny katalogowe, w sytuacji gdy Spółka w rzeczywistości nie sprzedaje oferowanych towarów po cenach określanych jako katalogowe, a konsument w toku każdej z organizowanych przez Spółkę prezentacji ma możliwość dokonania zakupu w ramach rzekomej promocji, co wprowadza konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w przypadku dokonania przez nich zakupu w trakcie prezentacji i tym samym stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów,*

*a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,*

2. *doprowadzaniu do zawarcia umów kredytu konsumenckiego z uczestnikami organizowanych przez Spółkę pokazów, które to umowy związane są bezpośrednio z ofertą złożoną podczas tych pokazów w celu realizacji zawieranych przez Spółkę umów sprzedaży, mimo że pokazy nie są organizowane przez Spółkę w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 7ab ust. 1 i 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*
3. *przyjmowaniu od konsumentów płatności przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.), w przypadku zawierania przez Spółkę z konsumentami umów sprzedaży podczas pokazów, mimo że pokazy nie zostały zorganizowane w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 17a ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*
4. *zawieraniu umów sprzedaży obejmujących sprzedaż wyrobów medycznych poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2023 r. poz. 2759), w sytuacji gdy zawarcie umów nie następuje podczas wizyt w domach konsumentów lub miejscu ich pobytu na ich wyraźne zaproszenie, co stanowi naruszenie art. 16 ust. 4 ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. z 2022 r. poz. 974 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

*Treść decyzji nr RPZ 9/2024 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).*

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na HEALTHY LIFE spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie:**

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 137.088,00 zł (słownie: sto trzydzieści siedem tysięcy osiemdziesiąt osiem złotych)**, płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 137.088,00 zł (słownie: sto trzydzieści siedem tysięcy osiemdziesiąt osiem złotych)**, płatną do budżetu państwa,
3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.3. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 137.088,00 zł (słownie: sto trzydzieści siedem tysięcy osiemdziesiąt osiem złotych)**, płatną do budżetu państwa,

4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.4. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 137.088,00 zł (słownie: sto trzydzieści siedem tysięcy osiemdziesiąt osiem złotych)**, płatną do budżetu państwa,
- V. Na podstawie art. 106b ust. 1 i 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Sławomira Szarkowskiego - Prezesa jednoosobowego Zarządu HEALTHY LIFE spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie:**
1. w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez ww. Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 25.000,00 zł (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,
  2. w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez ww. Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 25.000,00 zł (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,
  3. w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez ww. Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.3 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 25.000,00 zł (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,
  4. w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez ww. Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.4 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 25.000,00 zł (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,
- VI. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r., poz. 572, ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża HEALTHY LIFE spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Przeźmierowie** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 48,20 zł (słownie: czterdzieści osiem złotych i 20 groszy) oraz zobowiązuje tego Przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

### Uzasadnienie

W związku z napływającymi skargami konsumentów, postanowieniem z dnia 28 lipca 2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, które było prowadzone pod sygn. RPZ.403.11.2023.PG, w celu wstępnego ustalenia, czy działania Spółki oraz podmiotów z nią powiązanych, dotyczące sprzedaży towarów poza lokalem przedsiębiorstwa, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594 - dalej: u.o.k.k.).

W ramach wskazanego postępowania wyjaśniającego, w dniu 23 października 2023 r. wszczęto w Spółce oraz w powiązanej z nią osobowo spółce [informacja prawnie chroniona] kontrolę.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 12 kwietnia 2024 r., postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. przekazywaniu przez Spółkę konsumentom nieprawdziwych informacji sugerujących, że zakup w trakcie organizowanych przez nią pokazów handlowych możliwy jest w ramach promocji, tj. w cenie znacznie niższej od cen określanych przez Spółkę jako ceny katalogowe, w sytuacji gdy Spółka w rzeczywistości nie sprzedaje oferowanych towarów po cenach określanych jako katalogowe, a konsument w toku każdej z organizowanych przez Spółkę prezentacji ma możliwość dokonania zakupu w ramach rzekomej promocji, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w przypadku dokonania przez nich zakupu w trakcie prezentacji i tym samym stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845 - dalej: u.p.n.p.r.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k.;
2. doprowadzaniu do zawarcia umów kredytu konsumenckiego z uczestnikami organizowanych przez Spółkę pokazów, które to umowy związane są bezpośrednio z ofertą złożoną podczas tych pokazów w celu realizacji zawieranych przez Spółkę umów sprzedaży, mimo że pokazy nie są organizowane przez Spółkę w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co mogło stanowić naruszenie art. 7ab ust. 1 i 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2023 r., poz. 2759 ze zm. - dalej: u.p.k.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
3. przyjmowaniu od konsumentów płatności przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2 u.p.k., w przypadku zawierania przez Spółkę z konsumentami umów sprzedaży podczas pokazów, mimo że pokazy nie zostały zorganizowane w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumentów na ich wyraźne zaproszenie, co mogło stanowić naruszenie art. 17a u.p.k. oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.k.;
4. zawieraniu umów sprzedaży obejmujących sprzedaż wyrobów medycznych poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu u.p.k., w sytuacji gdy zawarcie umów nie następuje podczas wizyt w domach konsumentów lub miejscu ich pobytu na ich wyraźne zaproszenie, co mogło stanowić naruszenie art. 16 ust. 4 ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. z 2022 r. poz. 974 ze zm. - dalej: u.w.m.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.k.,

a także przeciwko Sławomirowi Szarkowskiemu - Prezesowi jednoosobowego Zarządu Spółki (dalej: Prezes Zarządu) w sprawie nałożenia kary pieniężnej za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Spółkę zakazów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.k., w zakresie wskazanym w tym postanowieniu.

Spółka i Prezes Zarządu zostali zawiadomieni o wszczęciu postępowania pismem z dnia 12 kwietnia 2024 r. W odpowiedzi z dnia 29 kwietnia 2024 r. Prezes Zarządu działając w imieniu własnym oraz Spółki nie ustosunkował się do stawianych zarzutów. Zadeklarował jedynie wolę współpracy w toku postępowania.

Pismem z dnia 27 czerwca 2024 r. strony zostały zawiadomione o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu.

#### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego o numerze 918448. Zgodnie z informacją odpowiadającą odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców, Spółka została zarejestrowana 27 sierpnia 2021 r. Zgodnie z wpisem do KRS, od początku istnienia Spółki przeważającym przedmiotem jej działalności jest niezmiennie „pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona poza siecią sklepową, straganami i targowiskami”. Podobnie, od początku jej istnienia Prezesem jednoosobowego Zarządu Spółki jest jej główny udziałowiec - Sławomir Szarkowski (dalej: Prezes Zarządu).

Z poczynionych ustaleń wynika, że przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż - w trakcie organizowanych przez Spółkę na terenie całego kraju zbiorowych prezentacji handlowych - produktów AGD, produktów wełnianych (o nazwach handlowych: „poduszka wełniana” i „materac 3D”), kremu oraz książki kucharskiej. Na podstawie przekazanych przez Spółkę umów z podmiotami świadczącymi na jej rzecz usługi marketingowe można jednocześnie uznać, że Spółka prowadzi działalność w tym przedmiocie co najmniej od października 2021 r.

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Spółki, k. 701-702 akt adm.; nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 309 akt adm.; cennik, k. 318 akt adm.; faktury zakupowe, k. 319-323, 426-428 akt adm., faktury na świadczenie usług telemarketingowych, k. 324-399 akt adm.; umowa o świadczenie usług z dnia 27 kwietnia 2022 r., k. 400-409 akt adm.; umowa o świadczenie usług z dnia 29 października 2021 r., k. 410-418 akt adm.; komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.)

Z analizy egzemplarzy umów sprzedaży zawartych z konsumentami wynika, że zdecydowaną większość klientów Spółki stanowią osoby starsze, powyżej 60 roku życia. Z pozyskanych w toku postępowania skryptów rozmów wykorzystywanych przez firmy telemarketingowe prowadzące kampanie marketingowe na potrzeby Spółki wynika przy tym, że na pokazy Spółki zapraszane są osoby powyżej 40 roku życia.

(Dowód: komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.; skrypty rozmów, k. 776-777 akt adm.)

Pokazy zbiorowe organizowane przez Spółkę od stycznia 2023 r. prowadzi osoba formalnie zatrudniona przez spółkę [informacja prawnie chroniona]. W spotkaniach takich uczestniczy dodatkowo od 2-3 handlowców współpracujących bezpośrednio ze Spółką. Prezes Zarządu Spółki również uczestniczy w organizowanych przez nią pokazach zbiorowych w roli obserwatora i handlowca.

(Dowód: nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 198 i 309 akt adm.; cennik, k. 318 akt adm.; oświadczenie Spółki z dnia 13 listopada 2023 r., k. 423 akt adm.; komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-432, 443-447, 461-464, 472-476, 479-480, 503-512, 522-530, 542-545, 550-557, 578-590, 605-608, 611-614, 626-632, 643-662, 667-677 akt adm.).

Z informacji otrzymanej od producenta dystrybuowanych przez Spółkę wyrobów wełnianych wynika, że wyroby te są wyrobami medycznymi zgłoszonymi do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych.

(Dowód: pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 26 stycznia 2024 r., k. 87-88 akt adm.; potwierdzenia zgłoszenia wyrobów jako wyrobów medycznych, k. 89-92 akt adm.; instrukcje użytkowania wyrobów wełnianych, k. 93 akt adm.)

Spółka widnieje w Rejestrze Pośredników Kredytu Konsumentckiego pod numerem RPK038239. Na podstawie materiałów zebranych w toku kontroli Spółki, ustalono równocześnie, że w 2023 r. w toku organizowanych prezentacji Spółka proponowała konsumentom finansowanie dokonywanych u niej zakupów z kredytów udzielanych przez [informacja prawnie chroniona].

(Dowód: wydruki z Rejestru Pośredników Kredytu Konsumentckiego, k. 48-49 akt adm.; pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 24 stycznia 2024 r., k. 50-56 akt adm.; porozumienie o przystąpieniu do Umowy „Nowego Sprzedawcy” [informacja prawnie chroniona], k. 79 i 143 akt adm.; pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 29 stycznia 2024 r., k. 118-122 akt adm.; egzemplarze umów kredytu, k. 148-159 i 183 akt adm.; pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 7 lutego 2024 r., k. 178-182 akt adm.; umowa partnerska [informacja prawnie chroniona], k. 183 akt adm.)

Współpracę z [informacja prawnie chroniona] nawiązała za pośrednictwem spółki [informacja prawnie chroniona], na podstawie [informacja prawnie chroniona] zawartej pomiędzy [informacja prawnie chroniona] a [informacja prawnie chroniona]

(Dowód: porozumienie o przystąpieniu do [informacja prawnie chroniona], k. 79 i 143 akt adm.; pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 29 stycznia 2024 r., 118-122 akt adm.)

Współpracę z [informacja prawnie chroniona] Spółka nawiązała na podstawie umowy [informacja prawnie chroniona]. zawartej bezpośrednio z tym bankiem. Spółkę przy nawiązywaniu tej współpracy reprezentował Prezes Zarządu.

(Dowód: umowa partnerska [informacja prawnie chroniona], k. 183 akt adm.)

Z analizy egzemplarzy umów sprzedaży przedłożonych przez Spółkę wynika, że w każdym przypadku zawarcia umowy kredytu na sfinansowanie zakupu towarów oferowanych przez Spółkę, w samej umowie sprzedaży handlowcy zamieszczają informację o kredytowaniu poprzez wskazanie liczby rat kredytu oraz wysokości raty uzyskanego przez konsumenta kredytu.

(Dowód: komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.)

Zgodnie z treścią § III „Ogólnych warunków umowy”, stanowiących nieodłączny element stosowanego przez Spółkę formularza umowy, „Cena [za sprzedawany w trakcie pokazu towar] jest płatna w jeden z następujących sposobów wskazanych każdorazowo w umowie, tj.:



- a) ze środków własnych: płatność gotówką jednorazowo w dniu podpisania przez Kupującego umowy sprzedaży;
- b) ze środków własnych: w systemie wpłat miesięcznych określonych przez Sprzedawcę w umowie sprzedaży na indywidualnie wygenerowany numer rachunku bankowego.  
(...)
- c) ze środków pochodzących z udzielonego Kupującemu kredytu lub innego źródła.”

(Dowód: komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.; formularz umowy sprzedaży, k. 315-316 akt adm.)

Z przekazanych przez Spółkę informacji wynika, że wszystkie umowy sprzedaży z konsumentami są przez nią zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, przy czym w 2023 r. (do dnia 30 października 2023.) zawarto z konsumentami ok. [informacja prawnie chroniona] tego rodzaju umów. Około [informacja prawnie chroniona] z tych umów zawartych zostało w systemie ratalnym (zawarcie umowy towarzyszyło zawarciu umowy kredytu konsumenckiego).

(Dowód: nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 309 akt adm.)

Z wyjaśnień złożonych przez [informacja prawnie chroniona], upoważnionego do reprezentowania Spółki w toku kontroli, wynika jednocześnie, że Spółka przyjmuje płatności gotówkowe w dniu podpisania umowy sprzedaży, natomiast przelew środków z banku w związku z zawartą przez konsumenta umową kredytu następuje w terminie tygodnia od zawarcia umowy kredytu (zawarcie umowy kredytu następuje równoległe z zawarciem umowy sprzedaży). Z poczynionych ustaleń wynika, że płatności w dniu zawarcia umowy przyjmowane są nie tylko w gotówce. Spółka przyjmuje również płatności przy wykorzystaniu kart płatniczych. Bywa również, że cena jest częściowo regulowana przez konsumentów ze środków własnych i tylko część ceny jest kredytowana. Tego rodzaju zaliczki konsumentów uiszczają na rzecz Spółki również w dniu zawarcia umowy sprzedaży gotówką lub przy wykorzystaniu terminala płatniczego. Okoliczności te znajdują potwierdzenie w zgromadzonych w aktach sprawy skargach oraz egzemplarzach umów sprzedaży zawartych z konsumentami.

(Dowód: nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 309 akt adm., skargi, k. 813-872; komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.)

W toku kontroli Spółka przedłożyła cennik oferowanych towarów, o następującej treści:



<b>Cennik:</b>	
<b>Odkurzacz V:</b>	<b>2.300</b>
<b>Ozonator:</b>	<b>1.360</b>
<b>Materac 3D:</b>	<b>5.450</b>
<b>Pas barkowy:</b>	<b>1.360</b>
<b>Poduszka weł.:</b>	<b>1.360</b>
<b>Multicooker Henry King:</b>	<b>1.360</b>
<b>Oczyszczacz:</b>	<b>2.900</b>
<b>Mata masująca:</b>	<b>2.900</b>
<b>Masażer stóp:</b>	<b>2.900</b>
<b>Krem Gel Baren:</b>	<b>100</b>
<b>Książka multic.:</b>	<b>10</b>

**Możliwość udzielenia upustu  
firmowego 5%-20%**

Healthy Life  
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością  
ul. ...  
...  
...

(Dowód: cennik, k. 318 akt adm.)

Natomiast, podczas kontroli w dniu 23 października 2023 r. zostało ustalone, że w siedzibie Spółki w Przeźmierowie wywieszony był cennik, o poniżej przedstawionej treści:

<b>Cennik:</b>	
<b>Odkurzacz:</b>	<b>6.900</b>
<b>Ozonator:</b>	<b>17.900</b>
<b>Materac:</b>	<b>10.900</b>
<b>Pas barkowy:</b>	<b>5.900</b>
<b>Multicooker:</b>	<b>7.590</b>

(Dowód: fotografie zatytułowane „20231023\_113041”, „20231023\_113047” oraz „20231023\_113052”, k. 699 akt adm.)

Choć w toku kontroli pracownik Spółki wskazał, że dostrzeżony w siedzibie Spółki cennik został zawieszony jedynie dla żartu, to z informacji otrzymanych przez Prezesa Urzędu od pracowników Inspekcji Handlowych wynika, że handlowcy postępują się uwidocznionymi w tym cenniku wartościami w celu podkreślenia atrakcyjności składanych konsumentom ofert sprzedaży.

(Dowód: nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 309 akt adm.; notatka służbowa pracowników Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie z dnia 4 lipca 2023 r. wraz z załącznikami, k. 728-739 akt adm.; notatka służbowa pracownika Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Katowicach z dnia 10 sierpnia 2023 r., k. 741 akt adm.)

Z napływających do Prezesa Urzędu skarg oraz z notatek inspektorów Inspekcji Handlowej, którzy wzięli udział w dwóch pokazach przeprowadzonych przez Spółkę w dniach 7 czerwca oraz 9 sierpnia 2023 r., wynika, że konsumenci są w toku pokazów Spółki informowani przez jej przedstawicieli handlowych o bardzo wysokich cenach katalogowych poszczególnych towarów. Informacje w tym zakresie są uwidaczniane na rozstawianych na salach pokazowych banerach, a prelegenci i handlowcy mają równocześnie powoływać się na informacje zamieszczane na stronach internetowych poszczególnych towarów, gdzie uwidocznione mają być ich wysokie ceny.

W trakcie pokazów Spółki prowadzone są losowania, w których wygraną ma być możliwość dokonania zakupu oferowanych przez Spółkę towarów w promocyjnych cenach. Rzekomo udzielany upust określany jest przy tym jako „dofinansowanie”. Z notatki otrzymanej z Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie wynika przy tym, że w trakcie pokazu zorganizowanego w dniu 7 czerwca 2023 r. konsumentom będącym zwycięzcami tego rodzaju losowań proponowano zakup zestawu towarów obejmującego 5 produktów, w tym ozonatora, materaca, pasa barkowego, multicookera oraz odkurzacza w cenie 10.900 zł, tj. w cenie samego ozonatora uwzględniającej „maksymalne dofinansowanie”.

(Dowód: notatka służbowa pracowników Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie z dnia 4 lipca 2023 r. wraz z załącznikami, k. 728-739 akt adm.; notatka służbowa pracownika Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Katowicach z dnia 10 sierpnia 2023 r., k. 741 akt adm.; skargi, k. 813-814, 816, 821, 829-830, 846, 859-862, 864-865 akt adm.)

W kopercie wylosowanej przez uczestników pokazu zorganizowanego w dniu 7 czerwca 2023 r. w Szczecinie znajdowały się następujące informacje:



[Dokumentacja fotograficzna stanowiąca załącznik do notatki przekazanej przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Szczecinie, k. 730 akt adm.]

Z przedłożonych przez Spółkę faktur VAT wynika natomiast, że Spółka nabywa poszczególne towary od swoich dostawców po następujących cenach netto za sztukę:

**[informacja prawnie chroniona]**

(Dowód: faktury VAT, k. 95-115, 319-323 akt adm.)

Z analizy egzemplarzy umów sprzedaży znajdujących się w aktach sprawy wynika, że wszystkie z nich miały zostać zawarte w warunkach rzekomej promocji. Zwrócić przy tym należy uwagę, że formularz umowy nie zawiera pola, w którym można by było wpisać cenę regularną sprzedawanego towaru. Istnieje w nim możliwość wpisania jedynie ceny promocyjnej. Co istotne, cena sprzedaży we wszystkich przeanalizowanych umowach sprzedaży określona została mianem „promocyjnej”.

(Dowód: komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.; formularz umowy sprzedaży, k. 315-316 akt adm.)

PRODUKTY	SZT.	WYSYŁKA	PRODUKTY	SZT.	WYSYŁKA

**RACHUNEK BANKOWY**

**58 2490 0005 0000 4530 1550 0511**

\_\_\_\_\_  
cena promocyjna

\_\_\_\_\_  
wpłata

\_\_\_\_\_  
do zapłaty pozostaje\*

\_\_\_\_\_  
liczba rat

\_\_\_\_\_  
wysokość rat z odsetkami\*\*

\_\_\_\_\_  
wysokość rat bez odsetek

\_\_\_\_\_  
termin płatności

[Wyciąg z pierwszej strony formularza umowy przedłożonego przez Spółkę w toku kontroli, k. 316-316 akt adm.]

Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego ustalono także, że w przypadku każdej z zawartych w 2023 r. umów sprzedaży konsumentowi był narzucany obowiązek złożenia oświadczenia o zawarciu umowy sprzedaży w jego domu. Na końcu formularza umowy zamieszczono bowiem rubrykę „Potwierdzenie zaproszenia dokonane przez konsumenta”.

(Dowód: komplety umów sprzedaży z konsumentami, k. 429-697 akt adm.; formularz umowy sprzedaży, k. 315-316 akt adm.)

POTWIERDZENIE ZAPROSZENIA DOKONANEGO PRZEZ KONSUMENTA		
Dane Konsumenta (imię, nazwisko):	_____	Podpis Konsumenta
Data i godzina spotkania:	_____	
Miejsce spotkania:	Miejsce zamieszkania Konsumenta zgodne z umową	

[Wyciąg z drugiej strony formularza umowy przedłożonego przez Przedsiębiorcę w toku kontroli, k. 316-316 akt adm.]

Zwrócić w tym miejscu należy uwagę, że wyżej przywołane oświadczenie zostało spisane bardzo małą czcionką, przy tym zostało zamieszczone bezpośrednio pod treścią „Ogólnych warunków umowy”.

Na podstawie napływających do Urzędu skarg konsumentów oraz informacji uzyskanych z Inspektoratów Inspekcji Handlowej w Szczecinie i Katowicach ustalono, że treść oświadczeń do podpisania których obligowany jest konsument przez przedstawicieli Spółki nie odpowiada prawdzie. W praktyce oferta Spółki przedstawiana jest bowiem każdorazowo konsumentom w toku prezentacji zbiorowych organizowanych w wynajmowanych na potrzeby Spółki salach konferencyjnych, salach bankietowych, restauracjach, czy hotelach. W trakcie tych prezentacji przedstawiana jest również oferta dotycząca ewentualnej możliwości sfinansowania zakupu kredytem. Co istotne, również w trakcie tych

prezentacji podpisywane są dokumenty wymagane zarówno przy zawarciu umowy sprzedaży, jak i ewentualnej umowy kredytu.

(Dowód: notatka służbowa pracowników Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie z dnia 4 lipca 2023 r. wraz z załącznikami, k. 728-739 akt adm.; notatka służbowa pracownika Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Katowicach z dnia 10 sierpnia 2023 r., k. 741 akt adm.; skargi, k. 813-814, 816, 821, 829-830, 846, 859-862, 864-865 akt adm.)

W napływających do Prezesa Urzędu skargach czytamy (pisownia oryginalna):

- „Otrzymałem od Państwa [HEALTHY LIFE sp. z o.o. - przypis własny] telefoniczne zaproszenie na badanie wzroku do sali przy ul. (...). Okazało się, że nie było żadnego badania wzroku, wszystkim rozdano jednorazowe okulary korekcyjne niedostosowane do wady wzroku. Na spotkaniu był pokaz materacy, odkurzacza, garnków itp. Wykorzystując techniki manipulacyjne- koperty, w których wylosowałem podobno główną nagrodę, podpisałem umowę. Złamaliście Państwo do tego przepisy prawa pobierając ode mnie zaliczkę w wysokości 2000 zł.”

[Odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa z dnia 29 czerwca 2023 r., k. 846 akt adm.]

- „W dniu 8 września 2023 r. o godz. 13:30 udaliśmy się zgodnie z zaproszeniem na bezpłatną konsultację wzroku i odbiór okularów korekcyjnych. Na miejscu okazało się, że zamiast badań uczestniczymy w pokazie towarów (...)

Po 45 min uczestnictwa w tym spotkaniu zostaliśmy zaproszeni do wypełnienia ankiety na temat oferowanych produktów. Jednak przy stanowisku do którego zostaliśmy zaproszeni nie wypełnialiśmy żadnej ankiety, jedynie zostało nam zaoferowany kolejny produkt o bardzo wysokiej cenie. (...)

W tym momencie prowadzący spotkanie, które miało być badaniem wzroku, a było prezentacją towarów zaprosił nas do losowania gdy na sali była już bardzo mała ilość uczestników. Wylosowana przez męża koperta zdaniem prowadzącego była główną nagrodą i zawierała pięć produktów, z czego 4 nagrody były darmowe, a jedna do promocyjnej ceny 10.000 zł. Będąc pod wpływem cały czas oczekiwania na badanie poczulimy się usatysfakcjonowani tak radosnym przebiegiem losowania. Nawet gdy Pani zaproponowała nam zapłatę 10.000 zł zaakceptowaliśmy tą kwotę. Po pewnym czasie Pani wypełniająca umowę na 48 rat i kwota jednej w wysokości 234 zł. (...)

[Wniosek o uzyskanie pomocy w reklamacji towaru lub usługi z dnia 11 września 2023 r., k. 859-861 akt adm.]

Ustalenia Prezesa Urzędu co do prowadzenia przez Spółkę pokazów handlowych poza miejscem zamieszkania konsumentów znajdują potwierdzenie w materiale dowodowym pozyskanym od podmiotów świadczących usługi marketingowe na rzecz Spółki.

Umowy o świadczenie usług z [informacja prawnie chroniona] stanowią w § 1 ust. 1, że:

[informacja prawnie chroniona]

(Dowód: umowa o świadczenie usług [informacja prawnie chroniona], k. 410-418 akt adm.; umowa o świadczenie usług [informacja prawnie chroniona], k. 400-409 akt adm.)



Począwszy od [informacja prawnie chroniona] Spółka, na podstawie umowy [informacja prawnie chroniona] formalnie zleca prace organizacyjne związane z prowadzeniem badania rynku, działań reklamowych, marketingowych, prezentacji produktów, organizowaniem spotkań promocyjnych i ich oprawy powiązanej z nią osobowo spółce [informacja prawnie chroniona]. Od tego momentu spółka [informacja prawnie chroniona].

(Dowód: umowa o świadczenie usług z dnia 24 stycznia 2023 r., k. 201-210 akt adm.; umowa o współpracy w zakresie świadczenia usług marketingowych [informacja prawnie chroniona], k. 211-215, 768-770 akt adm.; umowa ramowa [informacja prawnie chroniona], k. 218-227 akt adm.; umowa o świadczenie usług z dnia 15 stycznia 2023 r., k. 287-291 akt adm.; pismo [informacja prawnie chroniona] z dnia 13 marca 2023 r., 776 akt adm.; terminarze pokazów, k. 795-799; umowa o świadczenie usług z dnia 28 kwietnia 2022 r., k. 800-805 akt adm.; umowa o świadczenie usług [informacja prawnie chroniona], k. 806-811 akt adm.)

[informacja prawnie chroniona]

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców spółki [informacja prawnie chroniona], k. 919-920 akt adm.)

Co znamienne, pomimo formalnego zlecenia organizacji pokazów spółce [informacja prawnie chroniona], korespondencja dot. organizacji pokazów nadal kierowana jest bezpośrednio na adres mailowy Spółki. Nadto, w toku spotkań z konsumentami, które zdaniem Spółki nie są pokazami, uczestniczą handlowcy bezpośrednio współpracujący ze Spółką, co potwierdził [informacja prawnie chroniona] w swoich wyjaśnieniach złożonych w toku kontroli. Wszystkie te okoliczności wskazują, że Spółka co do zasady w sposób niezmienny od 2021 r. prowadzi działalność w zakresie sprzedaży towarów znajdujących się w jej ofercie w ramach organizowanych przez Spółkę pokazów handlowych. Za całkowicie niewiarygodne uznać należy przy tym stanowisko Spółki wyrażone przez [informacja prawnie chroniona] w toku składanych przez niego wyjaśnień oraz przez Spółkę w piśmie z dnia 13 listopada 2023 r., że organizowane spotkania zbiorowe z konsumentami stanowił jedynie „eventy” o charakterze wyłącznie reklamowym, a właściwe pokazy sprzedażowe odbywały się każdorazowo w domach konsumentów.

(Dowód: korespondencja elektroniczna z dnia 24 października 2023 r., k. 216-217 akt adm.; nagranie wyjaśnień [informacja prawnie chroniona] złożonych w dniu 30 października 2023 r., k. 198 i 309 akt adm.; umowa o świadczenie usług z dnia 15 stycznia 2023 r., k. 287-291 akt adm.; pismo Spółki z dnia 13 listopada 2023 r., k. 423 akt adm.)

Z rachunków zysków i strat Spółki wynika, że:

[informacja prawnie chroniona]

(Dowód: formularze PIT-11, k. 903-911 akt adm.)

Z informacji przekazanych przez Naczelnika Drugiego Urzędu Skarbowego w Białymstoku wynika, że [informacja prawnie chroniona].

(Dowód: wydruki deklaracji PIT złożonych przez Prezesa Zarządu, k. 914-918 akt adm.)

Z analizy historii rachunku bankowego Spółki wynika jednocześnie, że:

[informacja prawnie chroniona].

(Dowód: historia rachunku bankowego Spółki, k. 34 akt adm.)

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Stosownie do art. 1 ust. 1 u.o.k.k., ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogą stać się klientami Spółki, tj. wziąć udział w organizowanych przez Spółkę pokazach i zawrzeć ze Spółką umowę sprzedaży. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Spółki, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Wskazać w tym miejscu należy, że celem działań podejmowanych przez Prezesa Urzędu jest ochrona wszystkich nieprofesjonalnych uczestników obrotu gospodarczego, bez faworyzowania wybranej grupy konsumentów. Niemniej jednak Prezes Urzędu ma na uwadze fakt, iż osoby starsze stanowią grupę szczególnie narażoną na negatywne oddziaływanie zakazanych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców. Mając na względzie, że Spółka swe praktyki kierowała w dużej części do seniorów, nie może ulegać wątpliwości, że w interesie publicznym jest podjęcie przez Prezesa Urzędu działań władczych w niniejszej sprawie.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest bowiem spółką prawa handlowego wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą, polegającą na sprzedaży towarów. W konsekwencji powyższego, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.



Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa lub dobrymi obyczajami. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

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

## 1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem 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 niniejszej sprawie skutkami działań Spółki dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których Spółka skierowała bądź skieruje swoją ofertę. Stosowane przez Spółkę praktyki nie dotyczą zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie na prezentację może zostać zaproszona każda osoba w wieku powyżej 40 roku życia. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Spółka występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna. W konsekwencji podejrzewać należy, iż w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa

konsumentów może skorzystać z oferty Spółki i tym samym działania Spółki mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Zaznaczyć należy, że zarzucone Spółce praktyki, naruszały bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki ograniczały bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszały zbiorowe interesy konsumentów.

## 2. Bezprawność

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

### 2.1. Praktyka opisana w pkt I.1 sentencji decyzji

Praktyka zarzucona Spółce w pkt I.1 stanowią nieuczciwą praktykę rynkową. Zgodnie z art. 3 u.p.n.p.r., stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera 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 (art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r.). W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka wprowadzające konsumentów w błąd jest związana bezpośrednio z promocją i dystrybucją produktów znajdujących się w ofercie Spółki.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.

Stosownie do art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. nie podlegają praktyki rynkowe wprowadzające w błąd, agresywne praktyki rynkowe, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Oznacza to, że takie praktyki zawsze będą sprzeczne z dobrymi obyczajami i będą w istotny sposób zniekształcać lub będą mogły zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 u.p.n.p.r.) jak i zaniechaniu (art. 6 u.p.n.p.r.), przy czym 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 (art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r.). Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.) i może dotyczyć ceny, sposobu jej obliczania lub istnienia szczególnej korzyści cenowej (art. 5 ust. 3 pkt 5 u.p.n.p.r.).

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech 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.

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

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że na swoje pokazy Spółka zaprasza osoby powyżej 40 roku życia, przy czym z analizy przekazanych przez Spółkę egzemplarzy umów wynika, że swe praktyki kieruje głównie do osób starszych, powyżej 60 roku życia (to one są głównie klientami Spółki). W konsekwencji, za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby w wieku minimum 40 lat, w tym głównie osoby starsze, dużo bardziej podatne na techniki manipulacyjne stosowane przez przedsiębiorców w toku organizowanych pokazów handlowych.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, postawiono Spółce zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na przekazywaniu przez Spółkę konsumentom nieprawdziwych informacji sugerujących, że zakup w trakcie organizowanych przez nią pokazów handlowych możliwy jest w ramach promocji, tj. w cenie znacznie niższej od cen określanych przez Spółkę jako ceny katalogowe, w sytuacji gdy Spółka w rzeczywistości

nie sprzedaje oferowanych towarów po cenach określanych jako katalogowe, a konsument w toku każdej z organizowanych przez Spółkę prezentacji ma możliwość dokonania zakupu w ramach rzekomej promocji.

Wymaga podkreślenia, że obowiązek rzetelnego informowania konsumentów obejmuje wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przekazów reklamowych (ofertowych), których celem jest zainteresowanie potencjalnych nabywców ofertą handlową przedsiębiorcy, aż do momentu zawarcia umowy, której przedmiotem będzie nabycie towaru lub usługi. Szczególną uwagę ustawodawca przywiązuje do właściwego informowania konsumentów w początkowej fazie sprzedaży, gdyż właśnie na tym etapie stosowana przez profesjonalistów reklama i nierzetelna informacja wpłynąć może na decyzje konsumentów w zakresie zakupu. Zaznaczyć należy, że zasadą warunkującą uznanie komunikacji handlowej za rzetelną i obiektywną jest kształtowanie przez nią rzeczywistych wyobrażeń o cenie nabywanego produktu i korzyściach związanych z propozycją w tym zakresie<sup>1</sup>. W wyroku z dnia 19 maja 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 11/2004) SOKiK wskazał, że cena towaru ma decydujący wpływ na konsumenta zainteresowanego nabyciem określonego towaru, zwłaszcza w sytuacji, gdy nie jest to towar nabywany przez konsumenta codziennie, który wymaga od niego zaangażowania znacznych środków pieniężnych.

Ze zgromadzonego materiału dowodowego w tym z przekazanych przez Spółkę cenników oraz egzemplarzy umów wynika, że towary oferowane przez Spółkę co do zasady sprzedawane są w zestawach, przy czym handlowców obowiązują ogólnie ustalone cenniki. W toku kontroli Spółki ustalono jednak, że nie informuje ona konsumentów w toku prowadzonych prezentacji o rzeczywistych cenach oferowanych produktów oraz ich zestawów. W toku spotkań przedstawiciele Spółki powołują się przy tym na rzekomą wysoką wartość prezentowanych towarów, która jest znacznie zawyżona w stosunku do cen w praktyce stosowanych przez Spółkę.

Wskazać chociażby można, że pracownikom Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie przedstawiciele Spółki zaoferowali w dniu 7 czerwca 2023 r. zakup zestawu towarów obejmującego 5 produktów o łącznej deklarowanej w toku pokazu wartości aż 46.190 zł (w tym ozonatora, materaca, pasa barkowego, multicookera oraz odkurzacza) w cenie 10.900 zł, tj. w rzekomej cenie samego ozonatora uwzględniającej „maksymalne dofinansowanie”.

Mając powyższe na względzie można zatem twierdzić, że Spółka informując konsumentów o rzekomych wysokich cenach poszczególnych towarów, a następnie oferując wysokie na nie rabaty stosuje technikę tzw. „uciekającej promocji”, której założeniem jest wskazanie na możliwość skorzystania ze szczególnej korzyści cenowej wyłącznie w określonym (często w bardzo krótkim) czasie.

Nadto, z analizy umów sprzedaży zgromadzonych w aktach sprawy wynika, że Spółka nie sprzedaje towarów po prezentowanych w toku pokazów cenach katalogowych. Można zatem twierdzić, że każdorazowo konsumenci nabywają towary w warunkach rzekomej promocji.

---

<sup>1</sup> R. Stefanicki, Komentarz do art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, [w:] tegoż, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Warszawa 2009.

Zauważyć należy, że dla podkreślenia atrakcyjności oferty Spółki, w toku pokazów organizowane są losowania. W praktyce przedmiotem losowań są fikcyjne rabaty na oferowane przez Spółkę zestawy towarów.

Z ustaleń stanu faktycznego wynika, że skala stosowanej przez Spółkę manipulacji jest ogromna. Przypomnieć należy, że łączna wartość rzekomo przyznawanych rabatów (w zależności od zestawu) sięga nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych.

Stanowisko Prezesa Urzędu co do wprowadzającego w błąd charakteru stwierdzonej praktyki znajduje potwierdzenie w zgromadzonych w toku kontroli fakturach VAT, dotyczących zakupu oferowanych towarów przez Spółkę. **[informacja prawnie chroniona]**.

W okolicznościach niniejszej sprawy zwraca uwagę również fakt, że w formularzu umowy rubryka, w której każdorazowo wpisywana jest przez przedstawicieli Spółki cena zakupu określona została jako „cena promocyjna”, co w ocenie Prezesa Urzędu ma konsumentom każdorazowo sugerować dokonywanie zakupu w warunkach rzekomej promocji i tym samym zachęcić ich do sfinalizowania transakcji.

Zaznaczyć należy, że celowe zawyżanie rzeczywistej ceny oferowanego produktu, a następnie stosowanie co do niego promocji czyni w oczach nabywcy potencjalny zakup atrakcyjniejszym. Na gruncie niniejszej sprawy można zatem w sposób bezsprzeczny stwierdzić, że Spółka, stosując praktykę polegającą na powoływaniu się na niestosowane w praktyce ceny oferowanych produktów oraz wskazywaniu konsumentom nieistniejącej korzyści cenowej, mogła wpłynąć na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji co do zakupu produktów będących przedmiotem prezentacji. Jednocześnie, w ocenie Prezesa Urzędu, sposób prezentowania przez Spółkę szczególnej korzyści cenowej na zakup oferowanych urządzeń mógł wprowadzić w błąd nawet dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego konsumenta.

Nie można przy tym pomijać wpływu, jaki potencjalnie mogła wywrzeć na decyzję konsumenta co do ewentualnego zakupu oferowanych mu w toku pokazu produktów, sama wartość rzekomo wylosowanego upustu sięgająca nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych. Pamiętać należy, że podstawowym przedmiotem oferty Spółki są towary, jak na polskie realia kosztowne (minimalne wynagrodzenie brutto począwszy od 1 stycznia 2024 r. to zaledwie 4.242,00 zł), w konsekwencji kwota rzekomo przyznawanego upustu mogła u przeciętnego konsumenta wydać się szczególnie atrakcyjna (stosowany przez Spółkę zabieg umożliwiał sprawienie wrażenia zakupu towaru luksusowego na niezwykle korzystnych warunkach).

W związku z powyższym, praktykę Spółki opisaną w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, należało uznać za nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 5 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisaną w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.1 sentencji.

## 2.2. Praktyka opisana w pkt I.2 sentencji decyzji

Zgodnie z art. 7ab ust. 1 u.p.k., umowa dotycząca usług finansowych nie może być zawarta podczas pokazu lub wycieczki. Zakaz ten, obejmuje także zawarcie umowy dotyczącej usług finansowych, związanej bezpośrednio z ofertą złożoną podczas pokazu lub wycieczki w celu realizacji umowy sprzedaży (art. 7ab ust. 2 u.p.k.). Powyższe ograniczenia nie znajdują jednak zastosowania do umów zawieranych podczas pokazów organizowanych w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta na jego wyraźne zaproszenie (art. 7ab ust. 3 u.p.k.).

Przywołany przepis został dodany ustawą z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2022, poz. 2581) i wszedł w życie z dniem 1 stycznia 2023 r. Zgodnie z założeniami ustawodawcy wskazanymi w uzasadnieniu do projektu ustawy nowelizującej celem tego przepisu jest „zapobieganie >wyłudzeniu< od konsumentów zakupów finansowanych kredytem albo pożyczką w sytuacji zaskoczenia i często nawet bez świadomości zaciągnięcia takiego zobowiązania finansowego”<sup>2</sup>.

W uzasadnieniu do ustawy ustawodawca wskazuje również, że: „Jedną z identyfikowanych praktyk, występująca na etapie przedkontraktowym, to tworzenie warunków sprzyjających do zawierania przez konsumentów umów kredytu konsumenckiego albo pożyczki, w przypadku braku wystarczającej ilości środków finansowych do zakupu towaru lub usługi.”<sup>3</sup> Jak wynika z uzasadnienia w zakresie umów zawieranych podczas pokazów intencją ustawodawcy wprowadzającego przywołaną regulację było wyeliminowanie nieuczciwych praktyk nie tylko bezpośrednio związanych zawieraniem umów kredytu konsumenckiego, ale również związanych z zawieraniem tych umów w sposób pośredni, w tym nieuczciwych praktyk rynkowych dotyczących tworzenia przez firmy pokazowe warunków sprzyjających do zawierania przez konsumentów tego rodzaju umów kredytu. W konsekwencji uznać należy, że adresatem zakazu określonego w art. 7ab ust. 1 u.p.k. są nie tylko podmioty bezpośrednio zawierające umowy kredytów z konsumentami (banki, firmy pożyczkowe), ale również organizatorzy pokazów, w praktyce dokonujący czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów kredytu na rzecz kredytodawców.

Z materiału zgromadzonego w toku postępowania administracyjnego wynika, że zdecydowana większość umów zawieranych przez Spółkę finansowana jest kredytami konsumenckimi, w których zawieraniu ona pośredniczy.

Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego ustalono, że w przypadku każdej z zawartych w 2023 r. umów sprzedaży konsumentowi był przez Spółkę narzucany obowiązek złożenia oświadczenia o zawarciu umowy sprzedaży w jego domu. Na końcu formularza umowy zamieszczono bowiem rubrykę „Potwierdzenie zaproszenia dokonane przez konsumenta”.

Zwrócić w tym miejscu należy uwagę, że wyżej przywołane oświadczenie zostało spisane bardzo małą czcionką, przy tym zostało zamieszczone bezpośrednio pod treścią „Ogólnych warunków umowy”.

Z poczynionych w sprawie ustaleń wynika jednocześnie, że treść oświadczeń do podpisania których obligowany jest konsument przez przedstawicieli Spółki nie odpowiada prawdzie.

<sup>2</sup> Uzasadnienie projektu ustawy z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, s. 24.

<sup>3</sup> Uzasadnienie projektu ustawy z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, s. 22.

W praktyce oferta Spółki przedstawiana jest bowiem każdorazowo konsumentom w toku prezentacji zbiorowych organizowanych w wynajmowanych na potrzeby Spółki salach konferencyjnych, salach bankietowych, restauracjach, czy hotelach. W trakcie tych prezentacji przedstawiana jest również oferta dotycząca ewentualnej możliwości sfinansowania zakupu kredytem. Co istotne, również w trakcie tych prezentacji podpisywane są dokumenty wymagane zarówno przy zawarciu umowy sprzedaży, jak i ewentualnej umowy kredytu.

Na podstawie powyższego należy stwierdzić, że Spółka świadomie przyjęła model prowadzenia działalności gospodarczej, w którym sprzedaż w praktyce prowadzona jest w toku organizowanych prezentacji zbiorowych, a dokumenty sprzedażowe jedynie pozorują sprzedaż w domach konsumentów. Tezę tę potwierdza fakt, że w toku prezentacji zbiorowych (określanych przez Spółkę mianem wyłącznie spotkań reklamowych), przedstawiana jest pełna oferta Spółki, a w ich toku konsumentom proponuje się zawarcie umowy sprzedaży oraz ewentualnej umowy kredytu na sfinansowanie dokonywanych zakupów.

W związku z powyższym, praktykę Spółki opisaną w pkt I.4. sentencji niniejszej decyzji, należało uznać za sprzeczną z art. 7ab ust. 1 i 2 u.p.k.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.2 sentencji.

### **2.3. Praktyka opisana w pkt I.3 sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 17a u.p.k., przedsiębiorca nie może przyjąć płatności przed upływem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 albo 2 u.p.k., w przypadku zawarcia umowy podczas wycieczki albo nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta, albo pokazu, chyba że pokaz został zorganizowany w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta na jego wyraźne zaproszenie. Jednocześnie, stosownie do art. 27 ust. 1 i 2 u.p.k., konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35 u.p.k. Jeżeli konsument zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa podczas nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki, termin do odstąpienia od umowy wynosi 30 dni.

Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika, że Spółka przyjmuje od konsumentów płatności z tytułu umów zawieranych na pokazach przez nią organizowanych przed upływem ustawowego terminu na odstąpienie od umowy. Płatności przyjmowane są w gotówce lub z wykorzystaniem kart płatniczych.

Najczęściej konsumenci decydują się na finansowanie zakupów od Spółki z kredytów zaciąganych na ten cel. Bywa jednak, że cena jest częściowo regulowana przez konsumentów ze środków własnych i tylko część ceny jest kredytowana. Tego rodzaju zaliczki konsumenci uiszczają na rzecz Spółki w gotówce lub przy wykorzystaniu terminala płatniczego.



Co istotne, środki z tytułu umowy kredytu są uruchamiane przez bank w ciągu tygodnia od dnia zawarcia umowy sprzedaży (kwota udzielonego konsumentowi kredytu jest przelewana na konto Spółki w tym terminie).

W związku z powyższym, oraz mając na względzie fakt, że umowy sprzedaży zawierane są przez Spółkę na organizowanych przez nią pokazach zbiorowych, praktykę Spółki opisaną w pkt I.3. sentencji niniejszej decyzji, należało uznać za sprzeczną z art. 17a u.p.k.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisaną w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.3 sentencji.

#### **2.4. Praktyka opisana w pkt I.4 sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 16 ust. 4 u.o.w.m., umowa sprzedaży wyrobu medycznego nie może zostać zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 oraz z 2021 r. poz. 2105). Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa jest nieważna. Powyższe ograniczenie nie znajduje jednak zastosowania do umowy zawartej podczas wizyty w domu konsumenta lub miejscu jego pobytu na jego wyraźne zaproszenie (art. 16 ust. 5 u.o.w.m.).

Z poczynionych w sprawie ustaleń wynika, że jednym z oferowanych w toku pokazów organizowanych przez Spółkę towarów są produkty wełniane (o nazwach handlowych: „poduszka wełniana” i „materac 3D”). Z informacji uzyskanych od ich producenta wynika przy tym, że są to wyroby medyczne wpisane do Rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych.

W związku z powyższym, oraz mając na względzie fakt, że umowy sprzedaży zawierane są przez Spółkę na organizowanych przez nią pokazach zbiorowych, praktykę Spółki opisaną w pkt I.4. sentencji niniejszej decyzji, należało uznać za sprzeczną z art. 16 ust. 4 u.o.w.m.

Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisaną w sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.4 sentencji

### **3. Rygor natychmiastowej wykonalności**

Zgodnie z art. 103 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc istotnym i doniosłym. Nadanie

decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Spółkę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.*

Podkreślić należy, że praktyka zakwestionowana w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, której stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 u.p.n.p.r. jest bezwzględnie zakazane. Uregulowanie wskazanego zakazu wiązało się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyki z obrotu.

Bezwzględny zakaz obejmuje również praktyki opisane w pkt I.2 - I.4 sentencji decyzji. Zwrócić przy tym należy uwagę, że praktyki te zostały zakazane właśnie z uwagi na liczne utrwalone nieprawidłowości rynku sprzedaży pokazowej, na którym to rynku działa Spółka.

Za rażąco niewłaściwe w ocenie Prezesa Urzędu należy uznać wszystkie zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki. Za nałożeniem rygoru natychmiastowej wykonalności w niniejszej sprawie przemawia w szczególności okoliczność, że klientami Spółki są głównie osoby starsze, powyżej 60 roku życia, cechujące się dużo większą podatnością na stosowane przez Spółkę niedozwolone praktyki rynkowe.

Zaznaczyć również należy, że koszt oferowanych przez Spółkę towarów jest jak na polskie warunki wysoki (minimalne wynagrodzenie brutto począwszy od 1 stycznia 2024 r. to zaledwie 4.242,00 zł). Ceny oferowanych towarów sięgają kilkunastu tysięcy złotych. Nie należy przy tym zapominać, że konsumenci będąc pod wpływem błędu co do istnienia

szczególnej korzyści cenowej na oferowane towary, zaciągają na organizowanych przez Spółkę pokazach kosztowne kredyty. Nadto, Spółka wbrew obowiązującym przepisom przyjmuje od nich wpłaty tytułem ceny oferowanych w towarów przed upływem ustawowego terminu na odstąpienie od umowy, co niewątpliwie może konsumentom utrudniać skorzystanie z wspomnianego uprawnienia. Nie ulega zatem wątpliwości, że stosowane praktyki mogą w efekcie w sposób znaczący godzić w ekonomiczne interesy konsumentów.

Ze względu na rażące naruszenie przez Spółkę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podnieść jednocześnie należy, iż brak nałożenia rygoru natychmiastowej wykonalności może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia Spółki, kontynuację ich stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanych praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

W okolicznościach niniejszej sprawy, za nadaniem rygoru natychmiastowej wykonalności nakazowi zaniechania stosowania zakwestionowanych praktyk przemawia również to, że sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa stanowi główny przedmiot działalności Spółki, co sprawia, że stosowane przez nią nieuczciwe praktyki dotyczą szerokiego kręgu konsumentów. Nie należy przy tym zapominać, że Spółka swe praktyki kieruje w dużym zakresie do osób starszych, które z racji szczególnej podatności na różnego rodzaju praktyki manipulacyjne, zasługują na szczególną ochronę.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na określone w pkt I sentencji naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

#### **4. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszeń określony w punkcie III sentencji decyzji**

Zgodnie z art. 26 ust. 2 u.o.k.k., w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Przedsiębiorcę obowiązku skierowania listem zwykłym - **w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji** - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli w okresie od dnia 1 stycznia 2023 r. do dnia wydania decyzji w niniejszej sprawie, tj. do dnia 24 lipca 2024 r. ze Spółką umowy sprzedaży, w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji, o określonej w pkt III sentencji decyzji treści.

Środek ten, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji, co pozwoli jednocześnie na częściowe usunięcie trwających skutków stwierdzonych naruszeń poprzez przekazanie konsumentom wiedzy o stosowanych przez Spółkę praktykach. Posiadając taką wiedzę, będą oni mogli podjąć decyzję, co do ewentualnego dochodzenia swoich indywidualnych roszczeń. Ponadto, w przypadku uprawomocnienia się decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

Nażony na Spółkę środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest proporcjonalny do wagi i rodzaju stwierdzonych naruszeń oraz konieczny do usunięcia ich skutków.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji decyzji.

## 5. Kary nakładane na Spółkę

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 u.o.k.k. stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

W przypadku gdy przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną na podstawie art. 106 ust. 1 i 2 u.o.k.k., uwzględnia:

- 1) obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok;
- 2) w przypadku, o którym mowa w art. 106 ust. 5 u.o.k.k. - średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających ten rok. Przepis art. 106 ust. 6 u.o.k.k. stosuje się w takich sytuacjach odpowiednio (art. 106 ust. 7 u.o.k.k.).

Jednocześnie, zgodnie z art. 106 ust. 8 u.o.k.k., w przypadku gdy przed wydaniem decyzji w sprawie nałożenia kary za naruszenie zakazu określonego art. 24 u.o.k.k. nie można ustalić wysokości obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary ze względu na brak dostępności danych finansowych, Prezes Urzędu po uwzględnieniu przepisów art. 106 ust. 5-7 u.o.k.k. może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość do 2 000 000 euro.

### [informacja prawnie chroniona]

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Przedsiębiorcy praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz skalę naruszeń,

Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na Spółkę kar pieniężnych za ich stosowanie.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 u.o.k.k. te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszenia, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Przy nakładaniu kar Prezes Urzędu uwzględnił, że wszystkie zarzucone Spółce praktyki miały charakter umyślny.

Spółka musiała sobie zdawać sprawę, że konsument pod wpływem pierwszej z zarzuconych praktyk dużo chętniej sfinalizuje proponowaną mu umowę sprzedaży, mając w perspektywie wyjątkową możliwość otrzymania rzekomo wylosowanego wysokiego upustu na oferowane towary. Co istotne, działania Spółki w zakresie tej praktyki miały przemyślane i celowy charakter. Spółka stosowała bowiem w praktyce dwa niezależne od siebie cenniki: pierwszy - publiczny, prezentowany w toku pokazu obejmujący znacznie zawyżone wartości poszczególnych towarów; drugi - niedostępny dla konsumentów obejmujący rzeczywiste ceny sprzedaży poszczególnych towarów. Handlowcy znając oba, z premedytacją informowali konsumentów o nierealnych cenach towarów, wykorzystując przy tym opisany wyżej mechanizm fałszywych losowań oraz wcześniej przygotowane materiały, w tym wprowadzające w błąd wizualizacje cen oraz formularz umowy sprzedaży informujący o rzekomej cenie promocyjnej.

Podobnie, nie może ulegać wątpliwości, że umyślny charakter miały praktyki opisane w pkt I.2-I.4. sentencji decyzji. W tym zakresie zwrócić należy uwagę, że Spółka umowom celowo nadawała pozory ich zawierania w domach konsumentów. Czyniła to przy tym w zamiarze ominięcia publicznie szeroko komentowanych regulacji u.p.k. oraz u.m.m. mających w założeniu przeciwdziałać nadużyciom na rynku sprzedaży pokazowej.

Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowane praktyki Spółki są przemyślane. Są one nakierowane na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów i uzyskania

jak największego poziomu sprzedaży. Nie jest przy tym możliwe, aby Spółka, nie zdawała sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań. Mając na uwadze powyższe okoliczności, nie sposób twierdzić, że Spółka w zakresie opisanych praktyk naruszyła tylko zasady ostrożności w relacjach z konsumentami.

Przy ustaleniu wysokości kar Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

### 5.1. Punkt IV.1 sentencji

Przypisana Spółce w pkt I.1. sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na wywoływaniu wrażenia o istnieniu szczególnej korzyści cenowej na nabywane w trakcie organizowanych przez Spółkę pokazów towarów. Praktyka ta ujawnia się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do skorzystania z oferty Spółki.

Oceniając stopień szkodliwości tej praktyki należy uwzględnić, że narusza ona bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Zaznaczyć należy, iż konsumenci wprowadzani w błąd w zakresie istnienia szczególnej korzyści cenowej na zakupy dokonywane w toku pokazu, potencjalnie z dużo mniejszym krytycyzmem podchodzą do składanej im oferty. W konsekwencji konsumenci, będąc pod wpływem zabiegów marketingowych Spółki mogą podejmować niekorzystne decyzje ekonomiczne.

W ocenie Prezesa Urzędu praktyka ta ogranicza konsumentom w wysokim stopniu możliwość uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, wobec czego praktykę tę uznać należy za wysoce szkodliwą.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że praktyka Przedsiębiorcy mogła godzić w interesy ekonomiczne konsumentów. Konsumenci bowiem skuszeni możliwością otrzymania wysokich rabatów na oferowane im towary, mogli z dużo większym zainteresowaniem podejść do przedstawianej im oferty Spółki i ewentualnego zawarcia umowy sprzedaży. Nie należy przy tym zapominać, że oferowane przez Spółkę towary są jak na polskie warunki kosztowne.

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia okoliczność, że choć praktyka skierowana jest wobec osób dorosłych, to klientami Spółki w są głównej mierze osoby starsze (powyżej 60 roku życia), szczególnie podatne na niedozwolone praktyki marketingowe.

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie napływających skarg i zawiadomień (k. 813-814, 821 akt adm.) oraz zgromadzonych w sprawie egzemplarzy umów (k. 816, 822, 824 akt adm.) Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje omawianą praktykę co najmniej od lutego 2022 r., a zatem ma ona długotrwały charakter.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2023 r., tj. [informacja prawnie chroniona] zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku pierwszej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. Zwrócić należy uwagę, że na skutek zastosowania kwestionowanej praktyki konsumenci nabywają oferowane przez Spółkę towary po cenie uwzględniającej [informacja prawnie chroniona], myśląc, że zawierają transakcję w warunkach wyjątkowej promocji. Przypomnieć należy, że Spółka nabywała poszczególne towary za kwoty [informacja prawnie chroniona]. Prezes Urzędu nakładając karę zwrócił jednocześnie uwagę, że nie sposób oceniać omawianej praktyki z pominięciem pozostałych zakwestionowanych działań. Ostatecznym celem wszystkich z nich jest spowodowanie aby konsument zawarł ze Spółką umowę, która jak zostało to w niniejszym postępowaniu wykazane, ma w założeniu niekorzystny dla konsumenta charakter. Można przy tym domniemywać, że wszystkie zawarte przez Spółkę umowy są zawierane pod wpływem zidentyfikowanej nieuczciwej praktyki rynkowej oraz z naruszeniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego, a zatem zdecydowana większość uzyskanych przez Spółkę przychodów została przez Spółkę osiągnięta na skutek zastosowania zakwestionowanych praktyk. W konsekwencji, w ocenie Prezesa Urzędu należy uznać, że znaczna część uzyskiwanych przez Spółkę przychodów ma związek z zakwestionowaną w pkt I.1. decyzji praktyką. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (łącznie ponad [informacja prawnie chroniona] złotych w 2023 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [informacja prawnie chroniona]. Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [informacja prawnie chroniona], do kwoty 137.087,94 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.1. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 137.088,00 zł, co stanowi [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2023 r. oraz [informacja prawnie chroniona] maksymalnego wymiaru kary.

## 5.2. Punkt IV.2 sentencji

W zakresie drugiej z zarzuconych Przedsiębiorcom praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawnia się ona i dotyczy bezpośrednio etapu zawierania kontraktu. Przy ocenie stopnia szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że narusza ona bezpośrednio określony przepisami u.p.k. zakaz zawierania umów kredytu konsumenckiego na finansowanie zakupów dokonywanych przez konsumentów na pokazach.

Zaznaczyć należy, że Spółka stosując tę praktykę bezpośrednio godziła nie tylko w interesy prawne, ale również w interesy ekonomiczne konsumentów, narażając ich na konieczność poniesienia kosztów wykonania umowy kredytu, która nie mogła być zawarta na pokazie.



Podkreślić w tym miejscu należy, że ów zakaz został wprowadzony w celu poprawy ochrony konsumentów na rynku pokazowym, w szczególności seniorów niezwykle podatnych na różnego rodzaju praktyki manipulacyjne. Mając to na względzie, za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia fakt, że klientami Spółki w są głównej mierze osoby starsze (powyżej 60 roku życia).

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie zgromadzonych w sprawie egzemplarzy umów, Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje omawianą praktykę co najmniej od lutego 2023 r. (k. 433, 435, 437, 441, 443, 448, 461 akt adm.), a zatem ma ona długotrwały charakter.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2023 r., tj. [informacja prawnie chroniona] zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku drugiej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. Zwrócić należy uwagę, że zdecydowana większość umów zawieranych przez Spółkę finansowana jest kredytami konsumenckimi. Pamiętać przy tym należy, że Spółka oferuje zestawy towarów po cenach sięgających kilkunastu tysięcy złotych, a zatem za kwotę na którą przeciętny konsument nie mógłby sobie pozwolić bez wsparcia ze strony kredytodawców. Innymi słowy, bez możliwości finansowania kredytem konsumenckim większość z zawartych przez Spółkę umów nie zostałaby sfinalizowana, a to z uwagi na brak możliwości finansowych po stronie konsumentów. Prezes Urzędu nakładając karę zwrócił jednocześnie uwagę, że nie sposób oceniać omawianej praktyki z pominięciem pozostałych zakwestionowanych działań. Ostatecznym celem wszystkich z nich jest spowodowania aby konsument zawarł ze Spółką umowę, która jak zostało to w niniejszym postępowaniu wykazane, ma w założeniu niekorzystny dla konsumenta charakter (konsument zawierając umowę pozostaje pod wpływem błędu co do istnienia szczególnej korzyści cenowej na oferowane mu towary). Można przy tym domniemywać, że wszystkie zawarte przez Spółkę umowy sprzedaży są zawierane pod wpływem zidentyfikowanej nieuczciwej praktyki rynkowej, przy czym większości z nich towarzyszy zawarcie kredytu konsumenckiego podczas pokazu, a więc z naruszeniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego. Można zatem uznać, że zdecydowana większość uzyskanych przez Spółkę przychodów została przez Spółkę osiągnięta na skutek zastosowania zakwestionowanych praktyk. W konsekwencji, w ocenie Prezesa Urzędu, należy uznać, że znaczna część uzyskiwanych przez Spółkę przychodów ma związek z zakwestionowaną w pkt 1.2. decyzji praktyką. Pamiętać przy tym należy, że większości zawieranych przez Spółkę umów sprzedaży towarzyszy zawarcie umowy kredytowej. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (łącznie ponad [informacja prawnie chroniona] złotych w 2023 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [informacja prawnie chroniona]. Uwzględniając

wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [informacja prawnie chroniona], do kwoty 137.087,94 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.2. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 137.088,00 zł, co stanowi [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2023 r. oraz [informacja prawnie chroniona] maksymalnego wymiaru kary.

### 5.3. Punkt IV.3 sentencji

W zakresie trzeciej z zarzuconych Przedsiębiorcom praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawnia się ona i dotyczy bezpośrednio etapu wykonywania kontraktu. Przy ocenie stopnia szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że narusza ona bezpośrednio określony przepisami u.p.k. zakaz przyjmowania od konsumentów płatności przed upływem terminu na odstąpienie od umowy zawieranej w toku pokazu.

Zaznaczyć należy, że Spółka stosując tę praktykę bezpośrednio godziła nie tylko w interesy prawne, ale również w interesy ekonomiczne konsumentów, narażając ich na trudności w odzyskaniu wpłaconych środków.

Podkreślić w tym miejscu należy, że omawiany zakaz został wprowadzony w celu poprawy ochrony konsumentów na rynku pokazowym, w szczególności seniorów niezwykle podatnych na różnego rodzaju praktyki manipulacyjne. Mając to na względzie, za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia fakt, że klientami Spółki w są głównej mierze osoby starsze (powyżej 60 roku życia).

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie zgromadzonych w sprawie egzemplarzy umów (k. 441, 443, 452, 456 akt adm.), Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje omawiana praktykę co najmniej od lutego 2023 r., a zatem ma ona długotrwały charakter.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2023 r., tj. [informacja prawnie chroniona] zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku trzeciej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. Wskazać również należy, że głównym przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż towarów, oferowanych na pokazach w ramach organizowanych przez nią prezentacji. Zwrócić przy tym należy uwagę, że Spółka oferuje zestawy towarów po cenach sięgających kilkunastu tysięcy złotych, [informacja prawnie chroniona]. W konsekwencji, nie może ulegać wątpliwości, że praktyka polegająca na niezgodnym z prawem przyjmowaniu zapłaty przed określonym przepisami ustawy terminem

na odstąpienie od umowy, pozwalała Spółce uzyskać istotne korzyści materialne. Prezes Urzędu nakładając karę zwrócił jednocześnie uwagę, że nie sposób oceniać omawianej praktyki z pominięciem pozostałych zakwestionowanych działań. Ostatecznym celem wszystkich z nich jest spowodowania aby konsument zawarł ze Spółką umowę, która jak zostało to w niniejszym postępowaniu wykazane, ma w założeniu niekorzystny dla konsumenta charakter (konsument zawierając umowę pozostaje pod wpływem błędu co do istnienia szczególnej korzyści cenowej na oferowane mu towary). Można przy tym domniemywać, że wszystkie zawarte przez Spółkę umowy są zawierane pod wpływem zidentyfikowanej nieuczciwej praktyki rynkowej oraz z naruszeniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego, a zatem zdecydowana większość uzyskanych przez Spółkę przychodów została przez Spółkę osiągnięta na skutek zastosowania zakwestionowanych praktyk. W konsekwencji, w ocenie Prezesa Urzędu, należy uznać, że znaczna część uzyskiwanych przez Spółkę przychodów ma związek z zakwestionowaną w pkt I.3. decyzji praktyką. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (łącznie ponad [informacja prawnie chroniona] złotych w 2023 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [informacja prawnie chroniona]. Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [informacja prawnie chroniona], do kwoty 137.087,94 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.3. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 137.088,00 zł, co stanowi [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2023 r. oraz [informacja prawnie chroniona] maksymalnego wymiaru kary.

#### 5.4. Punkt IV.4 sentencji

W zakresie czwartej z zarzuconych Przedsiębiorcom praktyk, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że ujawnia się ona na etapie zawierania kontraktu, a dotyczy również etapu jego wykonywania. Przy ocenie stopnia szkodliwości ww. praktyki Przez Urzędu uwzględnił, że narusza ona bezpośrednio określony przepisami u.w.m. zakaz sprzedaży wyrobów medycznych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Podkreślić w tym miejscu należy, że omawiany zakaz został wprowadzony w celu poprawy ochrony konsumentów na rynku pokazowym, w szczególności seniorów niezwykle podatnych na różnego rodzaju praktyki manipulacyjne. Mając to na względzie, za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia fakt, że klientami Spółki w są głównej mierze osoby starsze (powyżej 60 roku życia).

Ważąc kwotę bazową omawianej praktyki, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie zgromadzonych w sprawie kompletów umów (k. 433-464 akt adm.), Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje omawiana praktykę co najmniej od lutego 2023 r., a zatem ma ona długotrwały charakter.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2023 r., tj. [informacja prawnie chroniona] zł.

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Prezes Urzędu, w przypadku czwartej z zarzuconych praktyk, nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz znaczne korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem. Podkreślenia wymaga, że Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, a zatem zasięg terytorialny praktyki jest bardzo duży. Wskazać również należy, że głównym przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż towarów, oferowanych na pokazach w ramach organizowanych przez nią prezentacji. Zwrócić przy tym należy uwagę, że co do zasady Spółka sprzedaje swoje towary w zestawach obejmujących przynajmniej jeden wyrób medyczny. Co znamienne w poszczególnych fakturach VAT wystawianych w związku z zawieraniem transakcjami większość ceny zestawu przypisywana jest ze względów podatkowych (wyroby medyczne obciążone są niższą stawką podatku VAT) właśnie wspomnianym wyrobom medycznym. Tym samym Spółka uzyskuje znaczne korzyści podatkowe w związku z opisaną optymalizacją. Pamiętając, że Spółka oferuje zestawy towarów po cenach sięgających kilkunastu tysięcy złotych, nie może ulegać wątpliwości, że praktyka polegająca na sprzedaży wyrobów medycznych, pozwalała Spółce uzyskać istotne korzyści materialne. Prezes Urzędu nakładając karę zwrócił jednocześnie uwagę, że nie sposób oceniać omawianej praktyki z pominięciem pozostałych zakwestionowanych działań. Ostatecznym celem wszystkich z nich jest spowodowania aby konsument zawarł ze Spółką umowę, która jak zostało to w niniejszym postępowaniu wykazane, ma w założeniu niekorzystny dla konsumenta charakter (konsument zawierając umowę pozostaje pod wpływem błędu co do istnienia szczególnej korzyści cenowej na oferowane mu towary). Można przy tym domniemywać, że wszystkie zawarte przez Spółkę umowy są zawierane pod wpływem zidentyfikowanej nieuczciwej praktyki rynkowej, przy czym większości z nich towarzyszy sprzedaż co najmniej jednego z oferowanych przez Spółkę wyrobów medycznych, a więc z naruszeniem przepisów prawa powszechnie obowiązującego. Można zatem uznać, że zdecydowana większość uzyskanych przez Spółkę przychodów została przez Spółkę osiągnięta na skutek zastosowania zakwestionowanych praktyk. W konsekwencji, w ocenie Prezesa Urzędu, należy uznać, że znaczna część uzyskiwanych przez Spółkę przychodów ma związek z zakwestionowaną w pkt I.4. decyzji praktyką. Mając jednocześnie na względzie, że przychody uzyskiwane przez Spółkę są na znacznym poziomie (łącznie ponad [informacja prawnie chroniona] złotych w 2023 r.), nie może ulegać wątpliwości, że korzyści uzyskane przez Spółkę w związku ze stwierdzonym naruszeniem są również znaczne. W konsekwencji, wskazane okoliczności uzasadniają podwyższenie kwoty bazowej kary o [informacja prawnie chroniona]. Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [informacja prawnie chroniona] do kwoty 137.087,94 zł.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.4. sentencji decyzji Prezes Urzędu, po zaokrągleniu kwoty bazowej, nałożył na Przedsiębiorcę karę w wysokości 137.088,00 zł, co stanowi [informacja prawnie chroniona] obrotu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2023 r. oraz [informacja prawnie chroniona] maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

## **6. Kary nakładane na osobę pełniącą funkcję kierowniczą Spółki**

Zgodnie z art. 106b ust. 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na osobę zarządzającą karę pieniężną w wysokości do 2 000 000 zł, jeżeli osoba ta, w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 23a lub art. 24. Nałożenie na osobę zarządzającą kary pieniężnej może nastąpić wyłącznie w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 3a lub 4 u.o.k.k.

Ustawodawca wymaga, żeby wymierzając osobie zarządzającej karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także stopień wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał przedsiębiorca, przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, z uwzględnieniem okresu trwania naruszenia, oraz okres i skutki rynkowe naruszenia lub skutki naruszenia dla konsumentów (art. 111 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k.).

Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osób zarządzających Prezes Urzędu uwzględnia również okoliczności obciążające i łagodzące. W przypadku dopuszczenia przez osobę zarządzającą do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów, o których mowa w art. 24 u.o.k.k., za okoliczności łagodzące ustawa uznaje w szczególności (art. 111 ust. 3 pkt 2a u.o.k.k.):

- a) działanie pod przymusem,
- b) przyczynienie się do dobrowolnego usunięcia przez przedsiębiorcę skutków naruszenia,
- c) przyczynienie się do zaniechania przez przedsiębiorcę z własnej inicjatywy stosowania niedozwolonej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
- d) podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków,
- e) współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.

Ustawa za okoliczności obciążające uznaje natomiast w szczególności (art. 111 ust. 4 pkt 2a u.o.k.k.):

- a) znaczne korzyści uzyskane przez osobę zarządzającą w związku z dokonany naruszeniem,
- b) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy podkreślenia wymaga, że Spółka od dnia jej wpisu do rejestru niezmiennie posiada jednoosobowy Zarząd w osobie Sławomira Szarkowskiego, który jednocześnie jest głównym udziałowcem Spółki. Sławomir Szarkowski pełni również funkcję Prezesa Zarządu w spółce [informacja prawnie chroniona], która od 2023 r. formalnie odpowiedzialna jest za kwestie związane z organizacją pokazów, podczas których prezentowana jest oferta Spółki. Tylko na tej podstawie można stwierdzić, że Prezes Zarząd posiada pełną kontrolę nad działaniami podejmowanymi przez Spółkę oraz podmiotami od niej zależnymi.

Co znamienne, Prezes Zarządu osobiście bierze udział w pokazach Spółki w roli handlowca, co znajduje jednoznaczne potwierdzenie w przedłożonych do akt sprawy egzemplarzach umów sprzedaży, w których widnieją jego podpisy. Podpisy Prezesa Zarządu widnieją również pod umowami z bankami finansującymi zakupy konsumentów w toku pokazów.

Z wyjaśnień złożonych w toku kontroli przez [informacja prawnie chroniona] wynika przy tym, że Prezes Zarządu osobiście odpowiada za prowadzenie spraw Spółki we wszystkich jej aspektach. Można zatem zakładać, że to on jest w pełni odpowiedzialny również za kształt aktualnej oferty Spółki w tym towarów jakie się w niej znajdują, ustalenie formy prowadzenia prezentacji handlowych, ustalenie obowiązującego cennika oferowanych towarów oraz za sposób prezentowania cen podczas samych prezentacji. Będąc osobą odpowiedzialną za prowadzenia spraw Spółki, nie może ulegać wątpliwości, że to on ponosi osobistą odpowiedzialność za prowadzenie przez Spółkę podczas organizowanych przez nią pokazów wyrobów medycznych, proponowanie w ich toku umów kredytu konsumenckiego, czy też przyjmowanie płatności od konsumentów w związku z dokonywanymi przez nich zakupami. Nie należy przy tym zapominać, że Prezes Zarządu osobiście pełni w Spółce rolę handlowca, zatem bezpośrednio wykonuje zarzucone spółce działania, a nie tylko je nadzoruje.

Mając powyższe na względzie nie może ulegać wątpliwości, że to Sławomir Szarkowski ponosi osobistą odpowiedzialność za zakwestionowane w niniejszym postanowieniu działania Spółki. W ocenie Prezesa Urzędu, dopuścił on do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w sposób umyślny, dążąc w praktyce do maksymalizacji jej zysków.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań, uzasadnione jest nałożenie na Sławomira Szarkowskiego kar pieniężnych za dopuszczenie do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k.

Z deklaracji składanych do Urzędu Skarbowego wynika, że [informacja prawnie chroniona]

Opisane wyżej okoliczności Prezes Urzędu uwzględnił wając poszczególne kary nakładane na Prezesa Zarządu.

## 6.1. Punkt V.1. sentencji



Nakładając na Prezesa Zarządu karę za umyślne dopuszczenie poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.1 sentencji, Prezes Urzędu miał na względzie wszystkie okoliczności rozpatrywane przy nakładaniu kary za tę praktykę na Spółkę, w tym jej szczególną szkodliwość, długotrwałość jej stosowania oraz opisane wyżej skutki tego naruszenia dla konsumentów.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że Sławomir Szarkowski jest niezmiennie członkiem jednoosobowego Zarządu Spółki, a zatem jest osobą wyłącznie i w pełni odpowiedzialną za stosowanie zarzuconej praktyki.

Ustalając kwotę nakładanej kary Prezes Urzędu miał także na względzie opisane wyżej okoliczności dotyczące roli jaką Prezes Zarządu faktycznie pełni w Spółce oraz spółce [informacja prawnie chroniona], jak również dotyczące jego sytuacji majątkowej, w tym okoliczność uzyskiwania znacznych przychodów z w związku z działalnością prowadzoną w ramach Spółki. Prezes Urzędu miał przy tym na względzie okoliczność, że Prezes Zarządu z racji posiadania 95% udziałów w Spółce jest faktycznym beneficjentem przeważającej części korzyści osiąganych przez Spółkę w związku ze stosowaniem zakwestionowanej w pkt I.1. sentencji decyzji praktyki.

Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez Zarząd Spółki poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.1 sentencji, nie dopatrywał się okoliczności łagodzących i obciążających.

Biorąc pod uwagę powyższe, za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.1 sentencji Prezes Urzędu nałożył na Sławomira Szarkowskiego karę w wysokości 25.000,00 zł, co stanowi 1,25 % maksymalnego wymiaru kary.

## **6.2. Punkt V.2. sentencji**

Nakładając na Prezesa Zarządu karę za umyślne dopuszczenie poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.2 sentencji, Prezes Urzędu miał na względzie wszystkie okoliczności rozpatrywane przy nakładaniu kary za tę praktykę na Spółkę, w tym jej szczególną szkodliwość, długotrwałość jej stosowania oraz opisane wyżej skutki tego naruszenia dla konsumentów.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że Sławomir Szarkowski jest niezmiennie członkiem jednoosobowego Zarządu Spółki, a zatem jest osobą wyłącznie i w pełni odpowiedzialną za stosowanie zarzuconej praktyki.

Ustalając kwotę nakładanej kary Prezes Urzędu miał także na względzie opisane wyżej okoliczności dotyczące roli jaką Prezes Zarządu faktycznie pełni w Spółce oraz spółce [informacja prawnie chroniona], jak również dotyczące jego sytuacji majątkowej, w tym okoliczność uzyskiwania znacznych przychodów z w związku z działalnością prowadzoną w ramach Spółki. Prezes Urzędu miał przy tym na względzie okoliczność, że Prezes Zarządu z racji posiadania 95% udziałów w Spółce jest faktycznym beneficjentem przeważającej części korzyści osiąganych przez Spółkę w związku ze stosowaniem zakwestionowanej w pkt I.2. sentencji decyzji praktyki.



Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez Zarząd Spółki poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.2. sentencji, nie dopatrzył się okoliczności łagodzących i obciążających.

Biorąc pod uwagę powyższe, za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.2. sentencji Prezes Urzędu nałożył na Sławomira Szarkowskiego karę w wysokości 25.000,00 zł, co stanowi 1,25 % maksymalnego wymiaru kary.

### **6.3. Punkt V.3. sentencji**

Nakładając na Prezesa Zarządu karę za umyślne dopuszczenie poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.3. sentencji, Prezes Urzędu miał na względzie wszystkie okoliczności rozpatrywane przy nakładaniu kary za tę praktykę na Spółkę, w tym jej szczególną szkodliwość, długotrwałość jej stosowania oraz opisane wyżej skutki tego naruszenia dla konsumentów.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że Sławomir Szarkowski jest niezmiennie członkiem jednoosobowego Zarządu Spółki, a zatem jest osobą wyłącznie i w pełni odpowiedzialną za stosowanie zarzuconej praktyki.

Ustalając kwotę nakładanej kary Prezes Urzędu miał także na względzie opisane wyżej okoliczności dotyczące roli jaką Prezes Zarządu faktycznie pełni w Spółce oraz spółce [informacja prawnie chroniona], jak również dotyczące jego sytuacji majątkowej, w tym okoliczność uzyskiwania znacznych przychodów z w związku z działalnością prowadzoną w ramach Spółki. Prezes Urzędu miał przy tym na względzie okoliczność, że Prezes Zarządu z racji posiadania 95% udziałów w Spółce jest faktycznym beneficjentem przeważającej części korzyści osiąganych przez Spółkę w związku ze stosowaniem zakwestionowanej w pkt I.3. sentencji decyzji praktyki.

Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez Zarząd Spółki poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.3. sentencji, nie dopatrzył się okoliczności łagodzących i obciążających.

Biorąc pod uwagę powyższe, za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.3. sentencji Prezes Urzędu nałożył na Sławomira Szarkowskiego karę w wysokości 25.000,00 zł, co stanowi 1,25 % maksymalnego wymiaru kary.

### **6.4. Punkt V.4. sentencji**

Nakładając na Prezesa Zarządu karę za umyślne dopuszczenie poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.4 sentencji, Prezes Urzędu miał na względzie wszystkie okoliczności rozpatrywane przy nakładaniu kary za tę praktykę na Spółkę, w tym jej szczególną szkodliwość, długotrwałość jej stosowania oraz opisane wyżej skutki tego naruszenia dla konsumentów.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że Sławomir Szarkowski jest niezmiennie członkiem jednoosobowego Zarządu Spółki, a zatem jest osobą wyłącznie i w pełni odpowiedzialną za stosowanie zarzuconej praktyki.

Ustalając kwotę nakładanej kary Prezes Urzędu miał także na względzie opisane wyżej okoliczności dotyczące roli jaką Prezes Zarządu faktycznie pełni w Spółce oraz spółce [informacja prawnie chroniona], jak również dotyczące jego sytuacji majątkowej, w tym okoliczność uzyskiwania znacznych przychodów z w związku z działalnością prowadzoną w ramach Spółki. Prezes Urzędu miał przy tym na względzie okoliczność, że Prezes Zarządu z racji posiadania 95% udziałów w Spółce jest faktycznym beneficjentem przeważającej części korzyści osiąganych przez Spółkę w związku ze stosowaniem zakwestionowanej w pkt I.4. sentencji decyzji praktyki.

Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez Zarząd Spółki poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.4. sentencji, nie dopatrzył się okoliczności łagodzących i obciążających.

Biorąc pod uwagę powyższe, za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I.4. sentencji Prezes Urzędu nałożył na Sławomira Szarkowskiego karę w wysokości 25.000,00 zł, co stanowi 1,25 % maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał Przedsiębiorca, przychodów uzyskanych przez osobę zarządzającą u Przedsiębiorcy, okresu trwania naruszenia oraz okresu i skutków naruszenia dla konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za dopuszczenie do naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych osób zarządzających przed podejmowaniem decyzji o dopuszczeniu stosowania przez zarządzane przez nie podmioty w przyszłości opisanych niniejszą decyzją praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.k. karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

## **7. Koszty postępowania**

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r., poz. 572 - dalej: k.p.a.). Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 k.p.a., do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności

świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Spółce oraz członkowi jej Zarządu, w wysokości 48,20 zł.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

## 8. Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 1550, ze zm. - dalej: Kpc) - od niniejszej decyzji przysługuje 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 Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 k.p.a., w związku z art. 83 u.o.k.k., jak również stosownie do art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479<sup>32</sup> Kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt VI sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

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 2023 r., poz. 1144, ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 i 2 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. Do wniosku o zwolnienie od kosztów sądowych powinno być dołączone oświadczenie obejmujące szczegółowe dane

o stanie rodzinnym, majątku, dochodach i źródłach utrzymania osoby ubiegającej się o zwolnienie od kosztów.

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. Stosownie do art. 103 ust. 2 tej ustawy, Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

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

Stosownie do treści art. 117 §1- § 4 Kpc, 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.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

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.

z upoważnienia Prezesa  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu  
Jarosław Krüger