

UOKiK wali po nazwiskach i kieszeniach

17 stycznia 2022

Pokazy będące w istocie sprzedażą wciąż mają się dobrze – a seniorzy ciągle tracą tam pieniądze.

Po raz pierwszy Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów skorzystał z uprawnienia do nałożenia kary na menadżerów odpowiedzialnych za doprowadzenie do naruszeń praw konsumentów. Maksymalnie kara taka może wynieść 2 mln zł, a w przypadku menedżera spółki z sektora finansowego – 5 mln zł.

„Konsekwentnie eliminujemy patologie, do jakich dochodzi podczas pokazów handlowych, a których ofiarami często są seniorzy. Ukarani przedsiębiorcy – co szczególnie naganne – wykorzystywali obawy konsumentów o zdrowie albo manipulowali cenami tak, aby uczynić zakup niezbędnym lub atrakcyjnym. Wprowadzali także w błąd co do niemożności odstąpienia od umowy lub stosowali niedozwolone klauzule, które utrudniały rozwiązanie kontraktu” – oświadczył Tomasz Chróstny, prezes UOKiK.

Jednym z modelowych przykładów takich praktyk mogą być działania firmy Geriamedica (kara 138 444 zł za klauzule niedozwolone). Firma na spotkaniach sprzedawała pakiety medyczne w cenie nawet 14,2 tys. zł. Zastrzegała też sobie prawo do zmiany wykazu placówek – ale jej klienci nie mogli w takiej sytuacji zrezygnować z jej usług bez ponoszenia kosztów. Tymczasem dla starszych osób przychodnia blisko domu lub z dobrym dojazdem mogła być jednym z powodów zakupu pakietu. Ponadto Geriamedica automatycznie przedłużała umowy, jeśli konsument 3 miesiące wcześniej nie zadeklarował, że nie chce przedłużenia. Wymagała więc pamiętania o terminie i podjęcia dodatkowych działań przez osoby, które nie chcą dalej korzystać z jej usług. Inna klauzula zawierała wysokie kary

umowne dla konsumentów, którzy chcieli rozwiązać kilkuletnią umowę przed terminem, nawet jeśli z góry zapłacili za cały okres jej trwania. Natomiast dla siebie firma nie przewidywała żadnych kar w przypadku niewywiązywania się z umowy.

Najwyższa, z wymierzonych kar personalnych wynosi ćwierć miliona złotych. Urząd, zapewne w pełnej zgodzie z wszelkimi przepisami o ochronie danych osobowych, upublicznił też pełne nazwiska i imiona ukaranych osób oraz pełnione przez nich funkcje.

„Menedżer, który umyślnie dopuścił do nieuczciwych praktyk wobec konsumentów, powinien osobiście ponosić za to odpowiedzialność. Dlatego zdecydowałem o nałożeniu 250 tys. zł kary na jedyne go członka zarządu spółki Magforte. Zatwierdzał on treści ulotek z zaproszeniami na badania, szkolił handlowców i nadzorował sposób prowadzenia przez nich pokazów” – dodał prezes Tomasz Chróstny.

Zgodnie z sentencją decyzji, kary zostały nałożone zarówno na wspomnianą spółkę (433 570 zł) oraz na jedyne go członka jej zarządu. Tym pechowcem jest pan Robert Stanisław Jaromin, który osobiście ma wybulić wspomnianą kwotę 250 000 zł.

Jak wyjaśnił UOKiK, firma Magforte organizuje pokazy, na których sprzedaje urządzenia do tzw. magnetoterapii. Pierwsza zakwestionowana praktyka to wprowadzanie konsumentów w błąd co do głównego celu spotkania. Ulotki z zaproszeniami na „Scan układu krążenia” sprawiają wrażenie informacji o niekomercyjnych badaniach medycznych.

Druga nieuczciwa praktyka dotyczy wprowadzania konsumentów w błąd co do stanu ich zdrowia po to, aby namówić ich na zakup kosztownych urządzeń, które miały stanowić remedium na wszelkie dolegliwości. „Badania” są przeprowadzane, a potem ich wyniki interpretowane przez handlowców, a więc osoby bez wykształcenia medycznego. Co więcej, odbywają się one przy wykorzystaniu przyrządu, który nie jest wyrobem medycznym,

tylko – jak wynika z jego instrukcji – służy do doboru diety i kosmetyków.

Członek zarządu spółki został ukarany za umyślne dopuszczenie do nieuczciwych praktyk wobec konsumentów. Ponadto UOKiK zawiadomił prokuraturę o podejrzeniu popełnienia przestępstwa przez przedstawicieli handlowych spółki Magforte. Wszczęto dochodzenie w tej sprawie.

Już dużo mniej, bo tylko 30 000 zł ma zapłacić pani Natalia Bał prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą Homexpert. Organizuje ona pokazy w domach konsumentów, podczas których sprzedaje sprzęt AGD i urządzenia do masażu. Jej klientami są głównie osoby starsze.

Jak ustalił UOKiK, pierwszy zarzut dotyczył fikcyjnych promocji – przedsiębiorca podaje klientom ceny z katalogu, po których nigdy nie prowadzi sprzedaży, a następnie oferuje obniżkę, aby zakup uczynić atrakcyjnym. Co więcej, sam nabywał produkty wielokrotnie taniej. Przykładowo odkurzacz wg ceny katalogowej kosztował 5900 zł, a w rzekomej „promocji” – 2900 zł, przy czym nawet wtedy marża przedsiębiorcy jest bardzo wysoka.

Druga zakwestionowana praktyka to wprowadzanie konsumentów w błąd co do braku możliwości odstąpienia od umowy. Przedsiębiorca zamieszczał w umowach np. takie adnotacje „Towar wydano na miejscu, rozpakowano, zerwano plombę, urządzenie nie podlega zwrotowi”, „Oferta wyprzedaży letniej, towar pokazowy, nie podlega zwrotowi”. Tymczasem zakup w promocji czy rozpakowanie opakowania (z wyjątkiem filmów czy nagrań oraz rzeczy dostarczanych w zabezpieczonych opakowaniach, których nie można zwrócić ze względów zdrowotnych lub higienicznych) w niczym nie ogranicza prawa do bezkosztowego odstąpienia w ciągu 14 dni od umowy zawartej na pokazie.

Ostatnim z pierwszej trójki osób fizycznych ukaranych za naruszanie zbiorowych interesów konsumentów, jest pan Łukasz

Sadowski, prowadzący Panaceum Zdrowia. Kara dla niego wynosi 18 369 zł. To przedsiębiorca, który umawiał konsumentów na pokazy organizowane przez Magforte. Zarzut postawiony przez prezesa UOKiK dotyczy nieinformowania konsumentów o handlowym celu tychże spotkań.

„Konsumentom, którzy zadzwonili na numer z ulotki, telemarketerzy przedsiębiorcy sugerują, że mają do czynienia z infolinią placówki medycznej i zapisują się na badania. Podczas rozmów z „ogólnopolską rejestracją” są informowani o przeciwwskazaniach i zaleceniach co do diety przed badaniem, nie ma natomiast żadnej wzmianki o handlowym celu spotkania” – stwierdził UOKiK.

Wątpliwe jest, czy te kary rzeczywiście zostaną zapłacone. Wszystkie wymienione tu decyzje UOKiK są jeszcze nieprawomocne, a osobom ukaranym przysługuje odwołanie do sądu.

Ciekawe jest to, że proceder namawiania ludzi do przychodzenia na pokazy, które okazują się w rzeczywistości miejscami sprzedaży różnych produktów i usług, trwa w Polsce w najlepsze już od kilkudziesięciu lat. Były to bodaj najwcześniejsze w naszej koślawej gospodarce rynkowej, przykłady nabierania konsumentów. Zajmował się nimi już powołany w 1990 r. Urząd Antymonopolowy – i tak samo dziś, zajmuje się nimi Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zapewne z jednakową nieskutecznością. Pytanie, dlaczego mimo trzydziestoletnich starań, wciąż w naszym kraju nie udaje się wyeliminować zjawiska tych fikcyjnych prezentacji?

Autorstwo: AL

Źródło: Trybuna.info