



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*TOMASZ CHRÓSTNY*

Gdańsk, 6 lipca 2020 r.

RGD.610.1.19.MLM

**DECYZJA RGD - 4/2020**

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - **uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorców:
1. **B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie),**
  2. **„FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina),**
- polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu:
- 1) systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpuje przesłanki wskazane w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076);
  - 2) systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpuje przesłanki wskazane w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076);
- i stwierdza się zaniechania stosowania obu ww. praktyk przez:
- **„FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina)** - z dniem 4 lipca 2018 r.,
  - **B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie)** - z dniem 15 czerwca 2019 r.
- II. Na podstawie art. 27 ust. 4 w związku z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2020 r. poz. 1076) - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - zobowiązuje się przedsiębiorcę **B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie)** do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez:



1) złożenie oświadczenia informującego o niniejszej decyzji w postaci komunikatu emitowanego na portalu internetowym YouTube, przy czym oświadczenie to powinno być dostępne na tym portalu przez okres 3 miesięcy (następujących bezpośrednio po upływie terminu 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji), w formie filmu o długości co najmniej 40 sekund, które:

➤ w warstwie wizualnej zawierać będzie poniższą informację:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr RGD - 4/2020 uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania:

- B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie),
- „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina),

polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu:

1. systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida;
2. systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida;

i stwierdził zaniechanie stosowania tych praktyk.

Zgodnie z decyzją każdemu konsumentowi, który korzystał z możliwości zarabiania na zasadach Planu Marketingowego FutureNet lub w ramach platformy reklamowej FutureAdPro i dokonał zakupu jednego z Pakietów (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) lub jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) przysługuje prawo wystąpienia do B C U Trading LLC na adres [przedsiębiorca uzupełnia ten fragment komunikatu o znajdujący się w Polsce adres pocztowy (także poczty elektronicznej) do przesyłania stosownej korespondencji] o zwrot części uiszczonej opłaty za ww. Pakiety lub Statusy, pozostałej po potrąceniu wynagrodzenia wypłaconego danemu konsumentowi w postaci prowizji za wprowadzenia nowych członków do systemu.

Treść decyzji nr RGD - 4/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)”.

Tekst komunikatu powinien być widoczny, czytelny, nieruchomy, widoczny przez cały czas, gdy użytkownik zapoznaje się z jego treścią (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera). Powinien być umieszczony poziomo, wyjustowany, napisany czcionką czarną (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL o wielkości umożliwiającej swobodne zapoznanie się z tą informacją, na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) w taki sposób, aby treść komunikatu w całości wypełniała ramkę widoku filmu, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony w trybie domyślnym funkcjonowania serwisu YouTube.

W opisie znajdującym się bezpośrednio pod ww. filmem należy umieścić czcionką domyślną wynikającą z funkcjonowania serwisu YouTube:

- treść ww. komunikatu, przy czym fragment „Treść decyzji nr RGD - 4/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)” ma stanowić hiperłącze prowadzące do strony internetowej [https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec\\_pres.nsf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_pres.nsf),
  - następującą informację zawierającą znaczniki internetowe w formie hashtagów: „#FutureNet, #FutureAdPro”, #UOKiK, #decyzjaUOKiK, #piramida”;
- w warstwie dźwiękowej zawierać będzie komunikat, odczytany w sposób wyraźny przez lektora, o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet i systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro które stanowiły systemy promocyjne typu piramida i stwierdził zaniechanie stosowania tych praktyk ”

przy czym czas trwania przekazu tej informacji nie może być krótszy niż 30 sekund;

- 2) dokonanie zwrotu każdemu konsumentowi, który korzystał z możliwości zarabiania na zasadach Planu Marketingowego FutureNet lub w ramach platformy reklamowej FutureAdPro i dokonał zakupu jednego z Pakietów (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) lub jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V), uiszczonej opłaty za ww. Pakiety lub Statusy, po potrąceniu wynagrodzenia wypłaconego danemu konsumentowi, w postaci prowizji za wprowadzenia nowych członków do systemu.
- Ww. zwrotu B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju dokona w terminie 30 (trzydziestu) dni od otrzymania wniosku konsumenta w tej sprawie przestanego na znajdujący się w Polsce adres pocztowy (także poczty elektronicznej);
- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 256) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - obciąża się przedsiębiorcę **B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju** (Zjednoczone Emiraty Arabskie) kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 57,60 zł (słownie: pięćdziesiąt siedem złotych 60/100) i zobowiązuje się do zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej również: „Prezes Urzędu”, po otrzymaniu sygnałów rynkowych, przekazanych m.in. przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie ustalenia, czy zasady funkcjonowania i korzystania przez inwestorów, w tym konsumentów, z portalu internetowego FutureNet, dalej również: „FN”, oraz platformy reklamowej FutureAdPro, dalej również: „FAP”, nie prowadzą do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów oraz przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076), dalej również: „uokik”, lub innych ustaw chroniących interesy konsumentów (sygn. RGD.405-22/17/MLM).
- [2] Wyniki analizy dowodów uzyskanych w toku postępowania wyjaśniającego wykazały, że działania przedsiębiorców B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone

Emiraty Arabskie) oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina), dalej również: odpowiednio „BCU” lub „Przedsiębiorca” oraz „FN Ukraine” albo łącznie z BCU „Przedsiębiorcy”, mogły naruszać obowiązujące prawo, stać w sprzeczności z dobrymi obyczajami i - w konsekwencji - stanowić przejawy naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Prezes Urzędu ustalił bowiem w toku wskazanego postępowania wyjaśniającego, że systemy funkcjonujące na portalu internetowym FN oraz platformie reklamowej FAP posiadają cechy systemu promocyjnego typu piramida, co mogło wyczerpywać przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 14 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), dalej również: „upnpr”.

[3] W związku z dokonanymi ustaleniami, Prezes Urzędu zdecydował o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia przez Przedsiębiorców zbiorowych interesów konsumentów.

Postanowieniem nr 36/2019 z dnia 22 marca 2019 r. postawiono Przedsiębiorcom zarzut naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej w postaci założenia, prowadzenia lub propagowania:

- 1) systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co może stanowić system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076);
- 2) systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co może stanowić system promocyjny typu piramida, określony w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076).

[4] Zarzut stosowania ww. praktyk został postawiony zarówno BCU jak i FN Ukraine bowiem Przedsiębiorcy ci współdziałali ze sobą w oparciu o zawartą umowę konsorcjum.

Ponadto, zarówno ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jak i ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, pozwala na przypisanie stosowania jednej praktyki kilku przedsiębiorcom, jeżeli wspólnie podejmują oni niedozwolone działania, bądź gdy ich zachowania postrzegane jako całość można zakwalifikować jako daną praktykę. Stanowisko takie wyraził Sąd Najwyższy - Izba Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych, w wyroku z dnia 27 sierpnia 2014 r., sygn. akt III SK 80/13.

[5] Postanowieniem nr 37/2019 z dnia 22 marca 2019 r. do akt postępowania włączono następujące dowody zgromadzone w postępowaniu wyjaśniającym (sygn. RGD.405-22/17/MLM), tj.:

- 1) Pismo Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 25 sierpnia 2017 r. wraz z załącznikami;
- 2) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie z dnia 17 stycznia 2018 r. wraz z załącznikami;
- 3) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie z dnia 30 stycznia 2018 r. wraz z załącznikami;
- 4) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie z dnia 10 kwietnia 2018 r. wraz z załącznikami;
- 5) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie z dnia 30 czerwca 2018 r. wraz z załącznikami;
- 6) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie z dnia 27 sierpnia 2018 r.;
- 7) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju z dnia 7 września 2018 r. wraz z załącznikami;
- 8) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju z dnia 2 października 2018 r.;
- 9) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju z dnia 19 listopada 2018 r. wraz z załącznikami;
- 10) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju z dnia 30 listopada 2018 r. wraz z załącznikami;
- 11) Pismo B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju z dnia 25 stycznia 2019 r. wraz z załącznikami.

[6] Z kolei, postanowieniem nr 38/2019 z dnia 22 marca 2019 r. - stosownie do przepisu art. 73a uokik - Prezes Urzędu postanowił podać do publicznej wiadomości, poprzez zamieszczenie na stronie internetowej [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl), informacji o następującej treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również: „Prezes Urzędu”) informuje, że zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że przedsiębiorcy B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie) oraz FUTURENET UKRAINE LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina), będąc usługodawcami i administratorami internetowego portalu społecznościowego FutureNet oraz internetowej platformy reklamowej FutureAdPro, dopuszczają się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, która może spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów.

Z informacji posiadanych przez Prezesa Urzędu wynika, że wyżej wymienieni przedsiębiorcy założyli, prowadzą lub propagują:

- 1) system funkcjonujący na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumenta) do systemu,
  - 2) system funkcjonujący na internetowej platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu;
- które mogą stanowić systemy promocyjne typu piramida, o których mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), co tym samym może wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076).



Działanie to może zagrażać interesom ekonomicznym szerokiego grona konsumentów, którzy licząc na uzyskanie korzyści majątkowych nie tylko przeznaczają swoje środki finansowe na przystąpienie do systemów, ale także zaoferują innym konsumentom udział w systemie promocyjnym typu piramida.”.

- [7] FN Ukraine nie przedstawił swojego stanowiska w sprawie. Natomiast, BCU pismem z dnia 3 kwietnia 2019 r. ustosunkował się do postawionych zarzutów, podważając ich zasadność.

*Po pierwsze*, zdaniem BCU, postępowanie prowadzone przez Prezesa Urzędu jest bezprzedmiotowe z uwagi na model biznesowy przyjęty przez BCU, który nie stoi w sprzeczności z interesem konsumentów.

*Po wtóre*, prowadzenie postępowania przeciwko konsorcjum jest bezprzedmiotowe, bowiem umowa konsorcjum została rozwiązana, a jedynym podmiotem odpowiedzialnym za prowadzenie działalności pod marką FutureNet oraz FutureAdPro pozostaje BCU.

*Po trzecie*, w trakcie prowadzonego przez Prezesa Urzędu postępowania wyjaśniającego Przedsiębiorca dokonał zmiany modelu biznesowego. Dodatkowo, Przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko odnośnie do postawionych zarzutów.

- [8] Odnosząc się do zarzutu pierwszego dotyczącego systemu funkcjonującego na portalu FN Przedsiębiorca wskazał, że nie propaguje modelu biznesowego dotyczącego FutureNet, bowiem nigdzie nie można znaleźć jakichkolwiek reklam dot. tego portalu. Wprawdzie - jak przyznał BCU - istnieje fundacja o nazwie FutureNet, jak i restauracja mieszcząca w nazwie słowo FutureNet, nie można jednak tych okoliczności uznać za przejaw propagowania systemu promocyjnego.

Przedsiębiorca podkreślił również, że nigdy nie dedykował swoich usług, w zakresie możliwości zarabiania za pośrednictwem FN i FAP, konsumentom, a także, nigdy nie obiecywał dystrybutorom korzyści za wprowadzanie innych osób do niniejszych przedsięwzięć. W ocenie BCU, dystrybutor mógł jedynie otrzymać określoną prowizję, stanowiącą część ceny nabycia towaru lub usługi przez poleconego użytkownika, o ile ten zdecyduje się cokolwiek kupić.

- [9] W wypadku zarzutu drugiego przedsiębiorca BCU wskazał, że jeszcze przed wszczęciem postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów dokonał szeregu zmian funkcjonowania platformy FAP.

*Po pierwsze*, na etapie rejestracji Przedsiębiorca wymaga aby podać takie dane jak: imię, nazwisko, nazwa firmy, nr rejestracyjny firmy, nazwę użytkownika, adres e-mail, hasło oraz datę urodzenia.

*Po wtóre*, rejestrujący się:

- akceptuje Plan Marketingowy,
- akceptuje Politykę Informacyjną,
- akceptuje, że wynagrodzenie będzie wypłacane w voucherach FND.
- akceptuje, że tylko 50% posiadanych FND można umorzyć,
- deklaruje, że będąc Dystrybutorem posiada status Przedsiębiorcy,
- deklaruje, że zapoznał się z Umową Dystrybucyjną.

*Po trzecie*, BCU nigdy nie przewidywał i nie przewiduje nadal, aby Dystrybutorem został konsument.

*Po czwarte*, zmiany w funkcjonowaniu platformy FutureAdPro zostały wdrożone, a w zakresie Futurenet Biznes zostaną wdrożone 15 kwietnia 2019 r.

- [10] W dalszej korespondencji z Prezesem Urzędu, w piśmie z dnia 3 czerwca 2019 r., przedsiębiorca BCU wyraził stanowisko, iż - w jego ocenie - niniejsze postępowanie

zostało wszczęte na podstawie błędnego założenia, że utrzymywanie platformy dokonuje się poprzez napływ nowych środków pochodzących wyłącznie od nowych użytkowników, nie zaś z dystrybucji produktów, podczas gdy te działania oparte są na modelu marketingu wielopoziomowego (zwanego MLM - ang. „multi-level marketing”), stosownie do czego Dystrybutorzy powadzą działalność gospodarczą polegającą na podejmowaniu czynności marketingowych i dystrybucyjnych zmierzających do nabywania produktów oferowanych przez FN i FAP.

Jednym z produktów FAP są AdPacki (paczki reklamowe). Zakupując AdPack Użytkownik nabywał prawo do wyświetlenia danej ilości swojej reklamy lub mógł oglądać reklamy innych Użytkowników otrzymując za to wynagrodzenie w formie voucherów FND.

[11] W związku z czynnościami podjętymi przez Prezesa Urzędu, przedsiębiorca BCU przyznał dalej, że dokonał wielu zmian dotyczących funkcjonowania FN i FAP. W szczególności sporządzono szczegółowe regulaminy i Umowy wyznaczające granice działalności Użytkowników/Dystrybutorów.

[12] W toku postępowania BCU poinformował, że 15 stycznia 2019 r. wprowadził zmiany prawne i biznesowe zmierzające do wyeliminowania ujawnionych nieprawidłowości oraz nierzetelnych Użytkowników.

W wyniku wdrożonych postępowań wewnętrznych Przedsiębiorca wprowadził takie regulacje jak np.:

- Blokada Regionalna,
- Polityka Zwrotów,
- Polityka Informacyjna.

Ponadto Przedsiębiorca rozpoczął identyfikację - jak to ujął - *patologicznych zachowań* poszczególnych Dystrybutorów, w szczególności działających w ramach platformy FAP, którzy nierzetelnie przedstawiali zasady funkcjonowania FAP.

Z nieuczciwymi Dystrybutorami Przedsiębiorca - jak zapewnił - sukcesywnie rozwiązuje umowy, a w nowym wzorcu umowy znajdują się zapisy zobowiązujące Dystrybutorów do udzielania rzetelnych i prawdziwych informacji o FN i FAP oraz zakazujące określania działalności BCU jako transakcji inwestycyjnej przynoszącej zyski w postaci odsetek lub innego rodzaju inwestycji finansowej.

[13] BCU poinformował również, że umowa konsorcjum z FutureNet Ukraina została rozwiązana. Od czasu zawarcia porozumienia w tej sprawie BCU nie łączą z FutureNet Ukraina żadne relacje gospodarcze ani inne projekty (pismo z dnia 14 sierpnia 2019 r.). Jednocześnie pismem z dnia 19 grudnia 2019 r. BCU doprecyzował, iż umowa konsorcjum zawarta z FutureNet Ukraina wygasła z dniem 4 lipca 2018 r. a podstawą rozwiązania współpracy było nieosiągnięcie celów stawianych Partnerom konsorcjum. Nadto, jak powiadomił BCU, w porozumieniu strony ustaliły, że wszelkie uzyskane w ramach konsorcjum wyniki osiągnięte przez Partnerów w związku z prowadzonymi działaniami w ramach umowy, zostaną przekazane BCU.

W związku z zakończeniem postępowania dowodowego w sprawie, Prezes UOKiK pismem z dnia 23 marca 2020 r. powiadomił BCU o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. W odpowiedzi BCU, pismem z dnia 1 kwietnia 2020 r., powołując się na art. 15 z.zs ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych innymi sytuacjami kryzysowymi (Dz.U. z 2020 r. poz. 374 ze zm.) i zmieniającej ten akt ustawy z dnia 31 marca 2020 r., wniósł o:

1. Wskazanie terminu i miejsca, w którym Przedsiębiorca będzie mógł osobiście zapoznać się z treścią zebranego w sprawie materiału dowodowego przy uwzględnieniu stanu epidemii.
2. Wyznaczenie nowego terminu zapoznania się materiałem dowodowym oraz dokumentami znajdującymi się w aktach sprawy w taki sposób aby strona miała

możliwość zaznajomienia się z materiałem oraz złożenia dodatkowych wniosków w toku postępowania.

3. Wyznaczenia nowego terminu zakończenia postępowania uwzględniającego obecnie wprowadzane restrykcje w szczególności zawieszenie terminów w ramach prowadzonych postępowań w wyniku wejścia w życie przepisów rangi ustawowej.

[14] Zważywszy na ograniczenia wynikające z trwającego stanu epidemii, w tym utrudnienia co do przemieszczania się po terenie kraju, a także rekomendacje w zakresie zamknięcia siedzib urzędów dla osób postronnych, w tym interesantów (tu: Przedsiębiorców), Prezes Urzędu, pismem dnia 7 kwietnia 2020 r., przekazał Przedsiębiorcy korespondencję zawierającą kopie akt sprawy.

BCU, pismem z dnia 27 kwietnia 2020 r., wnioskował o:

1. Umożliwienie zapoznania się z aktami sprawy.  
Zdaniem Przedsiębiorcy przekazana przez Prezesa Urzędu korespondencja zawierająca materiał dowodowy był niekompletny, nadstane dokumenty nie zawierały bowiem metryki akt sprawy, zgodnie z art. 66a ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 poz. 256 ze zmianami), dalej również: kpa oraz nie spełniały wymogu dokumentów z akt sprawy w rozumieniu art. 76 § 1 kpa w zw. z art. 76a § 2b kpa w zw. z art. 73 § 2 kpa.
2. Umożliwienie wypowiedzenia się co do całości zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań, z zachowaniem zasad wyrażonych w przepisach postępowania administracyjnego, w szczególności art. 10 kpa, bowiem przekazany materiał budził w ocenie strony wątpliwości co do jego kompletności i zgodność z prawem.
3. Przedłużenie wyznaczonego terminu do realizacji prawa wynikającego z art. 10 kpa, z uwagi na brak możliwości kontaktu pełnomocnika BCU z reprezentowanym, gdyż zgodnie z przepisami krajowymi Zjednoczonych Emiratów Arabskich Przedsiębiorca nie prowadzi obecnie działalności i nie jest możliwym ustalenie, kiedy działalność Przedsiębiorcy w ZEA zostanie wznowiona, bowiem reprezentanci Przedsiębiorcy przebywają na kwarantannie.
4. Przeprowadzenie rozprawy administracyjnej, m.in. w szczególności w celu dokonania oględzin stron internetowych FutureNetSocial 1.0 i 2.0, FutureNet Biznes oraz FutureAdPro 1.0 i 2.0 a także wskazanie blokady regionalnej dostępu do usług platformy FutrureAdPro dla użytkowników z UE od marca 2019 r., czy przedstawienia stosowanej polityki zwrotów i oględzin portali celem wykazania, że BCU w wyniku sprzedaży zaprzestał ich prowadzenia.
5. Zawieszenie terminu sprawy zgodnie z art. 15 zzs ust. 1 pkt 6 ww. ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych innymi sytuacjami kryzysowymi i zmieniającej ten akt ustawy z dnia 31 marca 2020 r.

Ponadto, pełnomocnik BCU powiadomił, że po rozpatrzeniu złożonych wniosków oraz po zapoznaniu się z całokształtem zebranego w sprawie materiału dowodowego zamierza dokonać pisemnego podsumowania stanowiska do stawianego zarzutu, co jest realizacją jego ustawowego prawa.

[15] Dnia 8 czerwca 2020 r. przedstawiciel BCU zapoznał się osobiście w siedzibie Delegatury Urzędu w Gdańsku z materiałem dowodowym zgromadzonym w sprawie. Jednocześnie do dnia 10 czerwca 2020 r. Przedsiębiorcy wyznaczono termin na złożenie ewentualnych wniosków w sprawie. W tak zakreślonym przez Prezesa Urzędu terminie Przedsiębiorca nie zajął stanowiska w sprawie.

[16] Po upływie przedmiotowego terminu, dnia 25 czerwca 2020 r., Prezes Urzędu otrzymał pismo BCU datowane na 22 czerwca 2020 r. zawierające: wniosek o umorzenie



postępowania, wniosek dotyczący zebranego w sprawie materiału dowodowego przede wszystkim o procesowe pominięcie wszelkich twierdzeń i wyjaśnień złożonych w toku postępowania wyjaśniającego o sygn. RGD-405-22/17/MLM złożone przez poprzedniego pełnomocnika oraz stanowisko Przedsiębiorcy w sprawie. Dodatkowo w załączeniu przekazano oświadczenie Przedsiębiorcy w przedmiocie cofnięcia wszelkich twierdzeń złożonych przez poprzedniego pełnomocnika oraz informacje na temat wygaśnięcia licencji na prowadzenie działalności gospodarczej.

**PREZES URZĘDU USTALIŁ, CO NASTĘPUJE:**

[17] FutureNet to portal społecznościowy/platforma społecznościowa–multimedialna (dostępna pod adresem: <https://futurenet.club>), natomiast portal FutureAdPro to platforma reklamowa (dostępna pod adresem: <adpro.futurenet.club>).

Oba przedsięwzięcia były realizowane wspólnie przez:

1) B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie) (poprzednia nazwa Futurenet Investment In Commercial Enterprises LLC)

oraz

2) „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina).

BCU prowadzi działalność pod numerem koncesji handlowej: 781893. Dane dotyczące koncesji dostępne są pod adresem [www.dubaied.gov.ae](http://www.dubaied.gov.ae). [k.46-48]

FN Ukraine jest wpisana do Jednolitego rejestru osób prawnych i osób fizycznych - przedsiębiorców oraz stowarzyszeń publicznych Ukrainy, pod numerem: 41328063 [k. 49-50].

Współpraca Przedsiębiorców odbywała się wedle zasad określonych w zawartej między nimi, w dniu 20 maja 2017 r. Umowie Konsorcjum FUTURENET i FUTURE AD PRO [k.260-266]. Zgodnie z postanowieniami tej Umowy (...)

W toku postępowania wyjaśniającego, Przedsiębiorcy, pismem z dnia 17 stycznia 2018 r., przekazali Prezesowi Urzędu m.in. obowiązujący wówczas wzorzec umowy o nazwie „REGULAMIN - Warunki Świadczenia Usług, Polityka Prywatności i Polityka Cookies”, dalej również: „Regulamin” [k.55-64] oraz dokument o nazwie Plan marketingowy FutureNet i FutureAdPro, dalej również: „Plan Marketingowy” [k.65-87].

Tak, jak to stanowi definicja zawarta w Regulaminie, Plan Marketingowy *to dokument określający zasady gromadzenia środków przez Użytkowników, w zależności od spełnienia warunków w nim określonych oraz odpowiednio do zasad, na jakich opierają się platformy (FutureNet oraz FutureAdPro, a także ewentualnie inne udostępniane w ramach nowych usług).*

Zgodnie z preambułą Regulaminu (§ 1), *Administratorem i Usługodawcą Portalu jest*

1. B C U Trading LLC [..]

2. "FUTURENET UKRAINE" LLC [...]

- działające łącznie, jako konsorcjum pod nazwą FutureNet.

[18] Portal FutureNet (FN)

FutureNet jest przedstawiany przez Przedsiębiorców jako portal do komunikowania się poprzez platformę społecznościowo–multimedialną, którego cechą jest wynagradzanie Użytkowników za ich aktywność.

Jak poinformowali Przedsiębiorcy, FutureNet posiada społeczność liczącą ok. (...) osób z całego świata, w tym w Polsce aktywnych jest ok. (...) osób.

Rejestracja na FN jest bezpłatna i możliwa jedynie poprzez osobę polecającą/konto innego Użytkownika. Jeżeli zainteresowany nie wybierze osoby polecającej zostanie ona przyznana przez system automatycznie.

Zgodnie z Regulaminem FN, *Użytkownik to - fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadząca działalność gospodarczą lub zawodową bądź posiadająca w inny sposób odpowiednie uprawnienie regulowane przepisami krajowymi, do uczestnictwa w portalu, jeśli takowe jest konieczne. Z kolei Użytkownik Premium - Użytkownik uzyskuje takowy status w momencie zakupu pierwszego pakietu produktów (któregokolwiek) o wartości minimum \$10.*

Stosownie do treści § 3.1 i § 3.2 Regulaminu FN - dotyczących Użytkownika i Umowy - dokonując rejestracji na FN Użytkownik zawiera Umowę o świadczenie usług drogą elektroniczną. Umowę może zawrzeć osoba prawna lub każda pełnoletnia osoba fizyczna. Osoby niepełnoletnie muszą posiadać zgodę opiekuna prawnego.

Jak informowali Przedsiębiorcy, ich działalność gospodarcza, w obszarze FN, obejmuje - poza prowadzeniem portalu społecznościowego, do którego dostęp jest bezpłatny - także:

- sprzedaż powierzchni reklamowych (strona główna i podstrona),
- udostępnianie bazy mailingowej (odpłatna baza mailingowa),
- sprzedaż reklam w ramach FutureAdPro,
- sprzedaż produktów w sklepie internetowym FutureNet Shop,
- usługę dysku danych w chmurze FutureCloud:  
*Miejsce „chmura” do przechowywania plików,*
- usługę Landing page (program do reklamowania swoich stron internetowych):  
*Jest to strona przechwytyjąca, dzięki której można reklamować dowolny biznes. Landing page to uproszczona witryna, poprzez którą potencjalni użytkownicy mogą kontaktować się z twórcą danej strony poprzez pozostawianie adresu poczty elektronicznej,*
- usługę Momentum System (program do automatycznego rozsyłania wiadomości e-mail):  
*Podobnie jak Landing Page ale wzbogacona o usługę Autorespondera. Przeznaczona głównie dla osób zainteresowanych e-biznesem, zawiera filmy edukacyjne i doszkalające,*
- Program tworzenia blogów Future Blog:  
*Kreator tworzenia bloga osobistego,*
- usługę Video Mail (usługa pozwalająca na wysyłanie graficznych wiadomości):  
*Narzędzie do tworzenia i wysyłania wiadomości elektronicznych w formie filmów,*
- usługę Future Void:  
*W ramach tej usługi FutureNet może pobierać opłaty za połączenia,*
- usługę BoardBest (kreator stron internetowych),
- Future ADS:  
*Program pozwalający na reklamowanie swoich postów - wiadomości są oznaczone jako sponsorowane i są widoczne u wszystkich Użytkowników.*

Podstawowe funkcje FN, jako portalu społecznościowego to, jak wskazali Przedsiębiorcy:

- możliwość zawierania nowych znajomości (prywatnych i biznesowych), polecanie portalu swoim znajomym spoza platformy, spersonalizowanie swojego profilu (określenia zainteresowań, zdjęcia itp.), udostępnianie postów, zdjęć, filmów, czatowanie itp.,
- możliwość tworzenia grup, zrzeszenia się osób wokół jednego celu (mogą być to grupy publiczne, prywatne, ukryte),
- pobieranie plików udostępnionych przez innych Użytkowników,
- darmowy dostęp do aplikacji mobilnej wyszukiwarka produktów na platformie zakupowej,

- darmowe gry online,
- darmowe uczestnictwo w webinarach.

Korzystanie z tych funkcji nie wiąże się z żadnymi opłatami ze strony Użytkowników. Tym niemniej, jak wskazali Przedsiębiorcy istotnym jest, aby rosła ich liczba, a przez to zwiększała się możliwość ich profilowania, stąd Użytkownicy, za swoją aktywność na platformie, mogą uzyskać Media Points tj. jednostki rozliczeniowe (vouchery), którymi można regulować płatności za niektóre produkty/usługi na platformie:

- jednorazowo - gdy uzupełnia się profil Użytkownik może otrzymać 1.000 Media Points,
- za zakup pakietów produktów Użytkownik może otrzymać określoną ich liczbę. (Jak poinformował BCU dla określenia/przeliczenia wartości przyjęto, że 100 Media Points = 1\$).

Według wyjaśnień Przedsiębiorców, Media Points nie są produktem, ale stanowią rodzaj vouchera, nie ma możliwości zamiany posiadanych Media Points na gotówkę do wypłaty. Obecnie ok. 25% wartości określonych produktów i usług (jakie można kupować w ramach oferty FN) można rozliczyć przy wykorzystaniu Media Points. W takim wypadku, przy dokonywaniu zakupów, każdorazowo z konta Użytkownika pobierane są w pierwszej kolejności Media Points, a dopiero później pozostałą wysokość ceny Użytkownik płaci za pomocą waluty tradycyjnej.

Do produktów, które można nabywać w całości poprzez realizowanie vouchera Media Points należą wyżej wspomniane: Landing Page System, Momentum System, Future Cloud, Future Blog i Video Mail.

Media Points nie podlegają wymianie na inną walutę, ani wypłacie, nawet w wypadku likwidacji konta. Dane nt. stanu posiadanych Media Points są przechowywane przez Przedsiębiorców i jeżeli dana osoba np. po likwidacji konta ponownie zarejestruje się na FN wówczas będzie mogła korzystać ze zgromadzonych dotychczas Media Points.

Po rejestracji na portalu FutureNet (Regulamin definiuje rejestrację jako: *czynność dokonywaną w ramach Portalu, polegającą na założeniu Konta Użytkownika oraz zdefiniowaniu loginu i hasła, oraz innych pól rejestracyjnych*), Użytkownik wchodzi w skład społeczności platformy społecznościowo–multimedialnej i uzyskuje możliwość osiągnięcia korzyści np. za swoją aktywność w społeczności FN (dodawanie postów, „lajkowanie” itd.), może również otrzymać Social Media Bonus - o których mowa dalej - które później może wymienić na Media Points.

Według wyjaśnień Przedsiębiorców, w celu zapewnienia dynamicznego przyrostu liczby uczestników, model biznesowy FN opiera się na nabywaniu przez Użytkowników lub osoby przez nich polecane, produktów i usług FN wraz z prawem do udziału w zyskach, najczęściej w formie prowizji, wypłacanej od wartości zakupu dokonanego przez osoby polecane przez Użytkownika. Jak twierdzą Przedsiębiorcy - celem zmobilizowania Użytkowników (społeczności FN) do polecania świadczonych usług/sprzedawanych towarów opracowany został system sprzedaży wielopoziomowej, której korzyści zostały opisane i zawarte w Modelu Zarobkowym i opracowanym Planie Marketingowym, zawierającym zasady zarobkowania w FN.

## [19] Plan Marketingowy FutureNet

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu przeanalizował szczegółowo zakres usług świadczonych przez Przedsiębiorców. Stosownie do zgromadzonego materiału dowodowego Użytkownik może skorzystać z oferty FutureNet, a także - poprzez swoją aktywność - otrzymywać określone korzyści, w postaci udziału w zyskach FutureNet, zgodnie z Planem Marketingowym, który zawiera następujących siedem elementów:

### 1. Social Media Bonus

Nagroda za aktywność na platformie związana z udziałem w przychodach FN z reklam. Wartość dziennej premii obliczana jest - jak określili to Przedsiębiorcy - „za pomocą specjalnego skryptu”: Użytkownik (może działać jak np. na Facebooku), a za swoją aktywność może uzyskać Social Media Bonus do 0,5\$ dziennie.

Aby uzyskać ten bonus Użytkownik nie musi dokonywać zakupów pakietów, towarów czy usług FN, ani zapraszać znajomych. Bonus ten nie jest również „realnym pieniądzem”, ale rodzajem vouchera o nazwie FNDolar (poprzednio futuredolar), o określonej wartości, realizowanym/wydawanym podczas zakupów produktów FN.

W razie rezygnacji z usług FutureNet naliczony Social Media Bonus jest przechowywany do czasu ponownej rejestracji. Bonus ten można wymieniać na Media Points.

Niezależnie od możliwości uzyskania Social Media Bonus Użytkownicy mogą uzyskać także inne korzyści (innego rodzaju bonusy, będące elementami Planu Marketingowego), które wiążą się jednak z zakupem oferowanych przez Przedsiębiorców pakietów.

Social Media Bonus mogą zostać wymienione na pakiety produktowe FutureNet.

### **Pakiety:**

Każdy zainteresowany Użytkownik może dodatkowo zarabiać w FN. Aby „zarabiać” należy wykupić przynajmniej jeden z pakietów, tj.:

- Member - wartość 10\$,
- Basic - wartość 35\$ (Member + 25 \$),
- Gold - wartość 85\$ (Basic + 50\$),
- Exclusive - wartość 185\$ (Gold + 100\$),
- Sapphire - wartość 685\$ (Exclusive + 500\$),
- Royal - wartość 1.685\$ (Sapphire + 1.000\$).

Pakiety są kupowane jednokrotnie i „stałe”, tj. dany pakiet obowiązuje do momentu usunięcia konta z FN. Użytkownik, posiadając dany pakiet może także wykupywać pakiety dodatkowe np. wyższe - aby wykupić pakiet wyższy np. Basic należy jednak posiadać pakiet niższy tj. Member - zakup nowych/kolejnych pakietów należy wyłącznie do wyboru/decyzji Użytkownika.

Zapłata za zakup pakietu realizowana jest w walucie tradycyjnej (zgodnie z jego wartością) lub w kryptowalutach: BitCoin, LiteCoin, Ethereum, Dash lub FuturoCoin. Akceptowane formy płatności to: karty kredytowe, płatności online, przelewy bankowe oraz płatności futurenet (są to kody/vouchery do płatności, które mogą zostać zakupione za pieniądze tradycyjne). Zakup pakietów nie jest możliwy za posiadane Media Points, ale wyłącznie za ww. „waluty”.

## **2. Sales Bonus**

Za zakup jednego z ww. pakietów, przez osobę bezpośrednio poleconą/Użytkownik polecony, Użytkownik polecający otrzymuje 30% prowizji i - dodatkowo - jest nagradzany za każdą sprzedaż w swoim zespole do 10 poziomu (z poziomów 1-5 otrzymuje po 5%, z poziomów 6-10 otrzymuje 3% z każdego poziomu).

Zgodnie z pkt. 6.5 Regulaminu, Użytkownicy mogą sprzedawać produkty FN (np. szablony stron internetowych itp.). Bonus ten nie jest jednak naliczany, jeżeli Użytkownik polecony dokona zakupów towarów/usług, za które zapłaci przy pomocy Media Points.

## **3. Advertising Sales Bouns**

Po pozyskaniu klientów reklamowych (czyli tych, którzy na platformie zamieszczają odpłatnie swoje reklamy) Użytkownik wprowadzający otrzyma 20% prowizji od



zakupu reklamy przez klienta. Jest to prowizja od wynagrodzenia, jakie reklamodawca zapłaci za reklamę na platformie FN.

#### 4. Friends Bonus

Zgodnie z pkt 6.7 Regulaminu *Każdy Użytkownik rejestrujący się w systemie, zostaje umieszczony w tzw. matrycy. Pozwala mu to w sposób pasywny uzyskiwać środki z aktywności innych użytkowników. Matryce uzupełniane są w sposób automatyczny (wraz z funkcjonowaniem w platformie), bądź docelowy (wobec zapraszania nowych użytkowników).*

Jak wyjaśniali Przedsiębiorcy, Użytkownik może mieć trzech partnerów (Użytkownik zaproszony) na pierwszym poziomie danej sieci. Czwarty i każdy następny partner zostanie umieszczony na kolejnym poziomie tej sieci. W ten sposób buduje się struktura (w kształcie piramidy), przy czym prowizja wypłacana jest jedynie do 10 poziomu, w strukturze 3x3, w wysokości 3-5% za każdego poleconego Użytkownika na każdym poziomie (min. 1 - max 10), po zakupie przez nich określonego ww. pakietu (Member, Basic, Gold, Exclusive Sapphire oraz Royal). Prowizja obliczana jest od wartości zakupywanego pakietu.

W toku postępowania wyjaśniającego Przedsiębiorcy przedłożyli przykładową strukturę utworzoną dla pakietu Exclusive (koszt pakietu 185\$). Strukturę tę prezentuje Tabela 1.

Tabela 1

Poziom	Koszt pakietu [w \$]	Liczba partnerów 3x3	Obrót (b x c) w \$	Bonus/Procent [%]	Prowizja (d x e) w \$
a	b	c	d	e	f
1	185	3	555,00	5	27,75
2	185	9	1.665,00	5	83,25
3	185	27	4.995,00	5	249,75
4	185	81	14.985,00	5	749,25
5	185	243	44.955,00	5	2.247,75
6	185	729	134.865,00	5	6.743,25
7	185	2.187	404.595,00	5	20.229,75
8	185	6.561	1.213.785,00	5	60.698,25
9	185	19.683	3.641.355,00	5	182.067,75
10	185	59.049	10.924.065,00	5	546.203,25
ogółem	185	88.572	16.385.820,00	5	819.291,00
Łączna kwota wypłaconych prowizji					1.638.591,00

Dane zawarte w Tabeli 1 ilustrują stan, gdy wszyscy Użytkownicy z danej matrycy, na wszystkich 10 poziomach, zakupią pakiet Exclusive (cena 185 \$). Jeżeli zakupią pakiet o innej wartości wejdą do innej matrycy, czyli nie będą członkiem tej, ale innej struktury, utworzonej dla danego/innego/wybranego pakietu.

Przy tym założeniu przychód uzyskany w całej strukturze, w drodze zakupu pakietów przez Użytkowników/partnerów wyniesie 16.385.820\$, a suma wszystkich wypłaconych prowizji stanowi ok. 10 % przychodu, tj. 1.638.591 \$.

Prowizja wynosi 5 %, jednak uzyskuje ją tylko jeden Użytkownik, na każdym poziomie matrycy (od 1-10) - zawsze ten znajdujący się bezpośrednio wyżej. Pozostali nie otrzymują już jakichkolwiek profitów, gdyż nie są w relacji bezpośrednio „nad”, w



strukturze. Stąd suma prowizji na wszystkich poziomach może wynieść nie więcej niż 50% wartości zakupionego pakietu produktowego.

Struktura tworzona jest stopniowo, w miarę jej rozwoju. Użytkownik otrzymuje prawo do prowizji w momencie zakupu produktu przez innego Użytkownika, bez względu na to, ile zostało utworzonych poziomów do tej pory.

Prowizja jest wypłacana jednorazowo. Wypłata jest jednak dopiero możliwa po upływie 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

W wypadku, gdy nowy Użytkownik zakupi pakiet inny, niż posiadany przez polecającego to wejdzie do innej matrycy, innej części struktury, utworzonej dla innego pakietu. Jeżeli jednak zakupi dodatkowy pakiet (wyższy: tu Exclusive), to posiadając nadal także pakiet niższy, kupiony wcześniej (Gold) będzie obecny w dwóch strukturach/matrycach, dla poszczególnych pakietów, zarówno Exclusive, jak i Gold.

## 5. Matching Bonus

Od każdego zaproszonego użytkownika, który zakupi określony pakiet produktowy Użytkownik dodatkowo uzyskuje tzw. Matching Bonus. Przyznawany jest on w wysokości do 50% od wartości prowizji otrzymanej wyłącznie przez osoby bezpośrednio polecane, które znajdują się w strukturze danej matrycy. Matching Bonus jest obliczany wyłącznie z prowizji uzyskanych przez osobę bezpośrednio poleconą, z Friends Bonus, a jego wysokość uzależniona jest od poziomu pakietu posiadanego przez zapraszającego Użytkownika i stanowi:

- Member - 10%,
- Basic - 20%,
- Gold - 30%,
- Exclusive, Sapphire i Royal - 50%.

## 6. Leader Bonus

Z tytułu Leader Bonus Użytkownik otrzymuje określony procent dochodu ze wszystkich struktur, bez żadnych ograniczeń zależnych od głębokości struktury tj. od pierwszego do ostatniego jej poziomu.

Można uzyskać Leader Bonus w wysokości od 1 do 7% po spełnieniu ustalonych, następujących warunków, jak przedstawiono w Tabeli 2, tj.:

Tabela 2

%	Warunki			Podział Obrotu
	Wymagania	Łączny obrót	Miesięczny obrót	
1%	6 osobistych partnerów; 3 z nich posiadających 3 osobistych partnerów	2.000\$	-	Maksimum 50% od jednego zespołu
2%	3 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 1%	10.000\$	-	
3%	3 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 2%	25.000\$	-	
4%	3 osobistych partnerów	100.000\$	-	

	zakwalifikowanych do 3%			
5%	3 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 4% lub 6 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 3%	250.000\$	5.000\$	
6%	3 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 5% lub 6 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 4%	50.000\$	15.000\$	
7%	3 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 6% lub 6 osobistych partnerów zakwalifikowanych do 5%	1.000.000\$	25.000\$	

Jak twierdzą Przedsiębiorcy, z uwagi na ww. wymagania Leader Bonus jest trudny do osiągnięcia.

## 7. Career Plan (Nagrody)

Do planu kariery są wliczane wszystkie wyniki z danej struktury, w przeliczeniu na punkty z założeniem, że m.in.:

- Obrót ze wszystkich pakietów 1 \$ = 1 pkt
- Obrót ze sprzedaży produktów FN 1\$ = 2 pkt

Zakupy dokonywane za Media Points nie są jednak uwzględniane.

Najbardziej aktywni Użytkownicy, za swoją aktywność, mogą również otrzymać nagrody np. smartfony lub samochód.

### [20] Zawartość Pakietów produktów

Pakiety Produktów (od Member do Royal) i ich zawartość przedstawiają się następująco:

Tabela 3

Nazwa pakietu	Member	Basic	Gold	Exclusive	Sapphire	Royal
Wartość Pakietu	10\$,	25 \$,	50\$,	100\$,	500\$,	1.000\$.
Zawartość pakietu, jak niżej:						
Media Point	1.000	2.500	5.000	10.000	50.000	100.000
Produkty/usługi dodatkowe						
FN ADS (reklamowanie)	5\$	10\$	20\$	40\$	150\$	350\$

własnych postów) [voucher]						
FN Cloud Bezpłatnie na 1 rok	-	50 GB/rok	100 GB/rok	100 GB/rok	1 T/rok	2 T/rok
Board Best (creator stron internetowych)  Bezpłatny na 1 rok	-	-	-	Basic/6 m-cy	Gold/12 m-cy	Gold/24 m-ce
Blog (program tworzenia blogów),	Aktywacja - bezpłatna	1 m-c	3 m-ce	6 m-cy	1 rok	3 lata
Video mail (wysyłanie graficznych wiadomości)  Bezpłatne przez rok	-	starter	basic	basic	medium	premium

Należy wskazać, że - jak wynika z dokumentacji niniejszego projektu - aby wykupić pakiet wyższy należy posiadać najpierw pakiet niższy. Zakup nowych/kolejnych pakietów należy do decyzji Użytkownika.

Utworzona struktura na FN ma charakter stały. Nawet w wypadku likwidacji konta na platformie struktura się nie zmienia bowiem, jak wyjaśniali Przedsiębiorcy, to „opuszczone” miejsce w macierzy zostaje przejęte/przypisane FN.

## [21] Wyплаты w FN

W ramach portalu FutureNet, jego Użytkownicy posiadają konta online, przy czym konto jest panelem administracyjnym, który zawiera m.in. dane osobowe Użytkownika i informacje dotyczące jego aktywności oraz informacje o zgromadzonych środkach. Środki gromadzone przez Użytkownika na koncie są naliczane w tzw. FNDolarach, zwanymi również: „FND”.

FND nie są rodzajem waluty/kryptowaluty/waluty wirtualnej i nie są notowane na jakiegokolwiek giełdzie. FND stanowią jedynie voucher (tzw. *Multi voucher*), będący środkiem rozrachunkowym na potrzeby uczestnictwa w FN. Środków zgromadzonych na koncie Użytkownika nie można wypłacić, a jedynie przeznaczyć na zakup towarów i usług w ramach udziału w FN. Istnieje jednak możliwość umarzenia vouchera - nie więcej jednak niż 50% posiadanych FND - w zamian za stosowną rekompensatę pieniężną, wypłacaną Użytkownikowi, co może się odbyć na dwa sposoby:

- Voucher FND można umorzyć - w takim wypadku rekompensata, jaką otrzyma Użytkownik za umorzony voucher może być wypłacona w walucie tradycyjnej (\$). Kwota wypłaty pomniejszona jest przy tym o opłatę manipulacyjną. Stosowane są przy tym dwie formy wypłat: z konta online oraz za pomocą kodów. Tylko partnerzy z minimalnym poziomem Basic (czyli dopiero od pakietu drugiego) mogą dokonywać wypłat gotówkowych. Minimalna kwota wypłaty, jak wynika z treści Regulaminu - to 50\$, chociaż - jak oświadczyli Przedsiębiorcy - minimalna wartość do wypłaty to obecnie 5\$, co wynika z zasad narzucanych przez procesory płatnicze np. Perfect Money;

- Umarzając FND, Użytkownik może jednocześnie poprzez zewnętrzną giełdę kryptowalut (operator zewnętrzny) samodzielnie dokonać zakupu określonej kryptowaluty. Powyższe dokonuje się jednak poza platformą FutureNet. Użytkownik musi być także zarejestrowany na danej giełdzie kryptowalut.  
W celach rozliczeniowych ustalono, że 1 FND = 1\$.  
Wysokość opłat manipulacyjnych, jak wyjaśniali Przedsiębiorcy, zależy od wybranego przez Użytkownika procesora płatniczego i wynosi np.:
- 2,5 % wypłaty - w wypadku użycia procesora płatniczego AdvCash, STP, Neteller lub Perfect Money,
- 1 dolar, wypłata w kryptowalucie FuturoCoin<sup>1</sup> lub 2 dolary, wypłata w kryptowalucie LiteCoin - przy użyciu platformy CoinDeal (Użytkownik musi mieć konto na platformie wymiany/giełdzie kryptowalut CoinDeal).

## [22] Portal FutureAdPro (FAP)

Dla oceny działań Przedsiębiorców niezbędne będzie poniżej omówienie zasad funkcjonowania platformy reklamowej FutureAdPro, powiązanej z platformą FN. I tak portal FutureAdPro został uruchomiony w kwietniu 2016 r. Na niniejszej platformie Przedsiębiorcy oferują sprzedaż usługi emisji reklam, a także możliwość uzyskania dodatkowych korzyści w zamian za aktywność polegającą na oglądaniu określonej liczby reklam przez ściśle określony czas i w ściśle określonych interwałach czasu.

Najistotniejszą cechą FAP, wg stanowiska zaprezentowanego przez Przedsiębiorców w toku postępowania prowadzonego przez Prezesa Urzędu, jest nie tylko możliwość zdefiniowania kręgu odbiorców reklamy, ale przed wszystkim zagwarantowanie, iż dana reklama zostanie odtworzona zakładaną liczbę razy, w określonym odstępie czasu, co może przełożyć się na pozycjonowanie takiej strony w przeglądarkach internetowych.

Postanowienia dotyczące FN i FAP są zawarte w tym samym Regulaminie. Sposób funkcjonowania FAP opisano w § 8 tego dokumentu oraz Planie Marketingowym. Każda osoba rejestrująca się na portalu FN zostaje automatycznie zarejestrowana również na platformie FAP.

Zgodnie z uregulowaniami zawartymi w Regulaminie dot. FAP, Użytkownik - pod warunkiem oglądania ściśle określonej liczby reklam w danym czasie - otrzymuje prawo do udziału w podziale zysków generowanych przez Usługodawcę (Przedsiębiorcy). Usługę tę Użytkownik może wykorzystać dla swoich potrzeb biznesowych (zamieszczać reklamy dotyczące swojej działalności gospodarczej), jak i może oglądać reklamy reklamodawców zewnętrznych. Jak stanowi pkt 8.5 Regulaminu, FAP (...) *funkcjonuje w ramach modelu revenue sharing<sup>2</sup> przy czym nie jest to program inwestycyjny i nie może być jako taki określany przez Użytkowników.*

Reasumując, FutureAdPro to platforma reklamowa, na której można kupić usługę polegającą na zamieszczeniu własnej reklamy lub reklam innego serwisu i uzyskać tym samym prawo do udziału w podziale zysków, uzyskiwanych przez właścicieli platformy od reklamodawców, a także można oglądać emitowane reklamy.

Użytkownik może założyć stronę internetową i np. skorzystać z usługi FutureAdPro lub wykupić usługę reklamową w postaci wyświetleń reklamy innych reklamodawców. Pakiety reklamowe tzw. AdPacki wykupowane przez Użytkowników obejmują:

<sup>1</sup> FuturoCoin to kryptowaluta. Dostęp do miningu jest otwarty dla każdego zainteresowanego wydobyciem jednostek waluty. Na dzień 19 listopada 2018 r. funkcjonowało ok. 35.324.275,11288351 jednostek FuturoCoin. Kod waluty przewiduje docelowo utworzenie 100.000.000 FuturoCoin. White paper dostępny jest pod adresem <https://futurescoin.com/>

<sup>2</sup> Revenue Share to program dzielący się ze swoimi użytkownikami przychodami z reklam i/lub innych źródeł. Program nie jest regulowany przepisami prawa. Zgodnie z pkt 2.3 Regulaminu *Rev Share (Revenue Share) - program dzielący się z Reklamodawcami przychodami z reklam działający w ramach FutureAdPro.*

- 800 wyświetleń reklamy, cena 50\$,
- 160 wyświetleń reklam, cena 10\$.

Prawo do udziału w zyskach przysługuje gdy Użytkownik obejrzy (ogląda min. przez 30 sekund) 10 reklam dziennie na platformie FAP. Warunkiem wzięcia udziału w podziale zysków jest więc wykupienie usługi reklamowej, w ilości min. jednego pakietu reklamowego (AdPack) oraz obejrzenie minimum 10 reklam dziennie.

Działalność w zakresie FAP polega na funkcjonowaniu następujących elementów:

(1) AdPack

Jeden AdPack stanowi „paczkę” prawa do emisji/wyświetleń danej liczby reklam i może kosztować 10\$ lub 50\$. Z tytułu zakupu AdPack o wartości 10\$ Użytkownik uzyskuje prawo do 160-krotnej emisji reklamy, natomiast zakup Adpack o wartości 50\$ daje prawo do 800-krotnej emisji reklamy.

Zakup AdPack jest możliwy za posiadane FND lub jest płatny kryptowalutą Bitcoin, albo też zwykłym przelewem bankowym.

(2) Prowizja z pakietów reklamowych:

- 95% dziennej kwoty prowizji trafia na konto online Użytkownika,
- 5% trafia na konto reklamowe Użytkownika. Środki zgromadzone na koncie reklamowym Użytkownik może przeznaczyć wyłącznie na zakup wyświetleń reklam/Ad Packów lub podwyższenie posiadanego statusu.

Użytkownik może również dokupić dodatkowe wyświetlenia reklam.

Zdaniem Przedsiębiorców, usługa jest oferowana przedsiębiorcom, czyli osobom które chcą zarabiać na oglądaniu reklam. Wypłata wynagrodzenia/prowizji następuje na konto Użytkownika w voucherach FND.

(3) Zgodnie z opracowanym Planem Marketingowym Użytkownicy posiadają przyznane Statusy, przy czym w ramach FAP jest pięć takich Statusów. Pierwszy darmowy przyznawany jest automatycznie wraz z założeniem konta (każdy zarejestrowany na portalu FN jest jednocześnie zarejestrowany na platformie FAP), pozostałe mogą być wykupione na okres np. 1 miesiąca, 6 miesięcy czy 1 roku.

Z każdym Statusem wiąże się możliwość uzyskania prowizji od osób zaproszonych przez Użytkownika do systemu oraz maksymalna, dostępna liczba aktywnych pakietów reklamowych.

Rodzaje statusów:

- Status I - darmowy, nadawany automatycznie w chwili rejestracji:  
W ramach tego statusu Użytkownik może kupić maksymalnie 10 paczek (AdPack) o wartości 10\$ lub 50 paczek (AdPack) o wartości 50\$;
- Status II - wykupowany za 30 \$/na 1 rok lub za 16\$/6-m-cy:  
W jego ramach Użytkownik może zakupić maksymalnie 25 AdPack o wartości 10\$ lub 100 Adpack o wartości 50\$;
- Status III - wykupowany za 80 \$/na 1 rok lub za 45\$/6-m-cy albo 8\$/1 m-c:  
W ramach tego statusu Użytkownik może zakupić 50 AdPack - po 10\$ i 300 AdPack po 50 dolarów;
- Status IV - wykupowany za 130 \$/na 1 rok lub za 70\$/6-m-cy albo 12\$/1 m-c:  
Posiadający ten status Użytkownik może zakupić maksymalnie 75 AdPack po 10 \$ oraz 500 AdPack po 50\$;
- Status V - wykupowany za 180 \$/na 1 rok lub za 90\$/6-m-cy albo 16\$/1 m-c:  
Użytkownik może w jego ramach zakupić 100 Adpack o wartości 10\$ oraz 1000 paczek o wartości 50\$.

Użytkownicy, w zależności od wykupionego Statusu (od II do V) otrzymują prowizję od zakupów pakietów reklamowych przez osoby zaproszone do systemu (1-8%).

Jak wyjaśniali Przedsiębiorcy w toku postępowania, opłata za dany Status i określona w nim maksymalna liczba pakietów reklamowych związana jest z koniecznością zapewnienia (przez Przedsiębiorców) wykupionej przez



Użytkownika przepustowości serwera, umożliwiającą wyświetlenie danej liczby reklam.

Przykładowo posiadanie abonamentu Statusu V i zakup 1000 „paczek” po 50\$ powoduje konieczność zapewnienia przepustowości umożliwiającej 800.000 wyświetleń reklam (1.000 szt x 800 wyświetleń), bowiem, jak zaznaczono wyżej, w wypadku zakupu AdPack o wartości 50\$ Użytkownik uzyskuje prawo do 800-krotnej emisji reklamy.

(4) Prowizje:

Wysokości prowizji za wykup abonamentu przez osoby zaproszone przez danego Użytkownika związane są z rodzajem statusu, jaki ten Użytkownik posiada, a więc np.:

- Status I - 3% wartości zakupionych AdPack przez Użytkownika bezpośrednio poleconego/równowartość w FND;
- Status II - 4% wartości zakupionych AdPack przez Użytkownika bezpośrednio poleconego/równowartość w FND;
- Status III - 6% wartości zakupionych AdPack przez Użytkownika bezpośrednio poleconego/równowartość w FND;
- Status IV - 7% wartości zakupionych AdPack przez Użytkownika bezpośrednio poleconego/równowartość w FND;
- Status V - 8% wartości zakupionych AdPack przez Użytkownika bezpośrednio poleconego/równowartość w FND.

Przedsiębiorcy przedstawili dane obrazujące wielkości możliwych prowizji w zależności od statusów i jak wskazali, informacje te są dostępne dla Użytkowników pod adresem: <https://adpro.futurenet.club/home#/main/mystatus>,

Dane te zawiera niżej zamieszczona Tabela 4.

Tabela 4

Status	I	II	III	IV	V
stopa	0,00\$	30 \$/rok 16\$/6- mcy	80\$/rok 45\$/6 m- cy 8\$/1 m-c	130\$/rok 70\$/6 m- cy 12\$/1 m-c	180\$/rok 95\$/6 m- cy 16\$/1 m-c
cena: max.packs (p)	10\$:10 p 50\$:50 p	10\$:25 p 50\$:100 p	10\$:50 p 50\$:300 p	10\$:75 p 50\$:500 p	10\$:100 p 50\$:1000 p
Poziom I	3%	4%	6%	7%	8%
Poziom II	-	1%	3%	3%	4%
Poziom III	-	-	1%	1%	1%
Poziom IV	-	-	-	1%	1%
Poziom V	-	-	-	-	1%

Analiza danych zawartych w Tabeli 4 prowadzi do wniosku, że osoba o Statusie I nie otrzymuje prowizji za zakupy dokonane przez osoby z innych, pozostałych poziomów struktury (II-V), natomiast osoby mające wyższy Status niż I, mogą otrzymać także prowizje za zakupy dokonane przez osoby z innych, niższych poziomów.

Po upływie okresu wykupu danego Statusu (wiersz drugi Tabeli 4) Użytkownik automatycznie otrzymuje Status I. Prowizja nadal jest naliczana, jednak na warunkach obowiązujących dla Statusu I.

Wykup innego Statusu jest dobrowolny.

Prowizje naliczane są w voucherach FND.

(5) Zdaniem BCU, finansowanie oraz wypłaty na rzecz Użytkowników nie są dokonywane z wpłat, ale z przychodów z następujących źródeł, tj.:

- zakupione pakiety reklamowe przez Użytkowników korzystających z usługi naliczania (oglądania reklamy),
  - zakupione pakiety reklamowe przez Użytkowników korzystających z usługi naliczania (nie oglądają reklam) ale wykorzystują portal jako usługę reklamową, celem zwiększenia ruchu na stronie,
  - zakupione usługi reklamowe przez reklamodawców zewnętrznych,
  - zyski wygenerowane przez Google AdSense,
  - zyski wygenerowane przez FutureNet jako całe przedsiębiorstwo z pozostałych usług i produktów.
- [23] Pismem z dnia 30 sierpnia 2019 r. [k.571-576], BCU wyjaśnił, że jego jedyną czynnością na FAP było udostępnianie platformy w celu zakupu AdPack. BCU nie posiadał kontrahentów reklamowych, którzy umieszczali reklamy na FAP. Podmiotami, których reklamy były umieszczane na FAP byli Użytkownicy, którzy zakupili AdPack. Możliwość emitowania reklam w ramach platformy nie wymagała żadnych działań ze strony BCU np. tworzenia schematów reklamowych, plansz, kampanii czy podejmowania jakichkolwiek działań marketingowych. Jedyną działalnością BCU w tym zakresie było oferowanie zakupu AdPack. Użytkownik/Reklamodawca nie musiał uczestniczyć w modelu biznesowym FAP, jak też i uczestnictwo w modelu biznesowym nie wykluczało możliwości umieszczenia swojej reklamy na FAP. Reklamy umieszczane/dostępne na FAP były także dostępne na FN, przy czym to Użytkownik/Reklamodawca decydował o tym gdzie jego reklama ma być emitowana (w ramach którego Portalu), w zależności od posiadanego budżetu.
- [24] W toku prowadzonego przez Prezesa Urzędu postępowania w funkcjonowaniu FN i FAP dokonano po dniu 15 stycznia 2019 r. zmian. BCU zdecydował o rozgraniczeniu działalności gospodarczej od portalu społecznościowego i wprowadził odrębne dokumenty regulujących te działalności. Zgodnie z nowymi zasadami Użytkowników, których aktywność ogranicza się jedynie do korzystania z portalu społecznościowego FutureNet (w tym jedynie do zakupów towarów i usług Futurenet) obowiązuje Regulamin korzystania z platformy FutureNet. Współpracę z Dystrybutorami tj. osobami, które prowadzą działalność gospodarczą i chcą zawodowo świadczyć usługi marketingowe na rzecz FutureNet regulować mają;
- Regulamin korzystania z Platform FutureNet Biznes i FutureAdPro,
  - Plan Marketingowy Futurenet Biznes,
  - Plan Marketingowy FutureAdpro,
  - Katalog Towarów/Usług FutureNet.
- [25] W toku postępowania prowadzonego przez Prezesa Urzędu BCU oświadczył, że w związku z ww. zmianami zastrzega wyraźnie, że jego oferta, oprócz portalu społecznościowego, kierowana jest do przedsiębiorców. Wymagane jest aby Dystrybutor podał dane firmy np. nazwa, numer NIP-jeśli taki jest wymagany w danym kraju.
- [26] Przedsiębiorca podjął też działania w celu usunięcia ze stron internetowych nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji nt. swojej oferty jak i wystosował wezwania do osób prezentujących jego ofertę w Internecie wskazując, m.in. że system nie ma charakteru działalności inwestycyjnej. Przykładowe wezwania zostały dołączone do pisma BCU z dnia 30 listopada 2018 r.
- [27] Pismem z dnia 25 stycznia 2019 r. [k.317-318] Przedsiębiorca poinformował, że w okresie od 15 do 22 stycznia 2019 r. następowała migracja Użytkowników do nowej wersji platformy FAP. Opracowano również nową Umowę Dystrybucyjną. Zgodnie z § 2 pkt. 6 Umowy Dystrybucyjnej Dystrybutor oświadcza, iż w chwili rejestracji w platformie prowadzi działalność gospodarczą we własnym imieniu i na

własne ryzyko oraz posiada status przedsiębiorcy zgodnie z prawem kraju jego rezydencji.

Natomiast w § 8 pkt.4 Umowy Dystrybucyjnej przewidziano, że Dystrybutor nie otrzymuje żadnego wynagrodzenia za samo pozyskanie nowego Dystrybutora lub Użytkownika w Strukturze Dystrybucyjnej. I tak, np. z pkt. 3.3 Regulaminu Prowadzenia Działalności Dystrybucyjnej w ramach platform Futurenet Business oraz FutureAdPro przewidziano, że usługa jest przeznaczona dla Dystrybutora, który w dniu zawarcia umowy posiada status przedsiębiorcy. Wymagane jest także złożenie oświadczenia o prowadzonej działalności gospodarczej (pkt 4.3 Regulaminu) [k.336]

[28] Pismem z dnia 3 czerwca 2019 r. [k.389-399] BCU poinformował, że podjął również następujące działania zmierzające do zabezpieczenia i ochrony praw Użytkowników, tj. wprowadził:

- Blokadę Regionalną,
- Politykę Zwrotów,
- Polityka Informacyjną.

#### **Blokada Regionalna**

Z uwagi na działania prowadzone przez Prezesa Urzędu oraz w związku z licznymi sygnałami dot. nieprawidłowości nt. funkcjonowania FN i FAP przekazywanymi przez Dystrybutorów Przedsiębiorca zdecydował o zablokowaniu dostępu do FN i FAP m.in. dla Użytkowników z Polski.

#### **Polityka Zwrotów, dotycząca wyłącznie FAP.**

Jeżeli któryś z Użytkowników usługi FAP nabył pakiety reklamowe AdPack bez zamiaru wykorzystania ich do celów reklamowych lecz nabył je z innego powodu może skorzystać z Polityki Zwrotów.

Użytkownikowi zwracane są środki jakie przeznaczył na zakup FND celem nabycia AdPacków pomniejszone o kwoty jakie Dystrybutor dotychczas otrzymał od BCU oraz o opłatę manipulacyjną w wysokości 10%.

Polityka Zwrotów realizowana jest w wyniku Porozumień Wykonawczych, zawieranych korespondencyjnie.

Porozumienie jest zawierane na wniosek konkretnego Użytkownika gdy spełni on następujące warunki tj. - zgodnie z treścią Porozumień Wykonawczych -:

- a. *powziął on niezgodnie z prawdą informacje dotyczące funkcjonowania w ramach portalu reklamowego od innych Użytkowników przez co uległ błędnemu przekonaniu odnośnie usług świadczonych w ramach Portalu i na dzień przystąpienia do programu nie skonfrontował prawdziwości tych informacji z treścią dokumentów prawnych Usługodawcy, a w szczególności umowy i zasad udziału w modelu biznesowym oferowanym przez Usługodawcę - konsekwencją czego dokonał zakupu usług w ramach Portalu w istocie nie będąc zainteresowanym tego typu usługą*
- b. *będąc w stanie błędnego przekonania - w wyniku namowy innych Użytkowników - co do przeznaczenia Platformy oraz niewiedzy wynikającej z niezapoznaniem się z dokumentami prawnymi Portalu, będąc pod wpływem innych Użytkowników zakupił usługę AdPro,*
- c. *dokonanie zakupu nie stanowiło wpłat na poczet systemu lecz stanowiło opłatę za usługę reklamową mającą wartość handlową, policzalną.*

Zwrot w ramach porozumienia stanowi różnica kwoty zakupu wszystkich produktów i usług oraz dokonanych umorzenia i zamiany na kody.

Kwoty ustalone w taki sposób i zaakceptowane przez obie strony porozumienia są wypłacane Użytkownikowi, według jego wyboru w walucie FIAT (waluta tradycyjna) lub w walce BitCoin (BTC).

W wyniku porozumienia umowa uznawana jest za rozwiązana a BCU zobowiązuje się do usunięcia konta Dystrybutora.

Przedsiębiorca przedstawił przykładowe Porozumienie Wykonawcze, które dotyczyło umowy zwartej przez BCU z przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą/Biuro rachunkowe) [k. 408-409].

Zgodnie z warunkami Porozumienia:

- Użytkownik zapłacił kwotę - 25.016 USD;
- Użytkownik otrzymał w ramach Platformy (przeliczone z FND) - 8.417,90 USD
- Usługodawca zobowiązał się do zwrotu kwoty 16.599 USD (25.016 USD minus 8.417 USD) w ciągu 3 dni od przekazania podpisanego porozumienia oraz do usunięcia konta Użytkownika z portalu i platformy Futurenet bez możliwości ich przywrócenia.

Jak dodatkowo wyjaśnił Przedsiębiorca (pismo z dnia 14 sierpnia 2019 r.) porozumienie nie obejmuje środków „zarobionych” a jedynie uwzględnia środki do rozliczenia konta do stanu z zakupu Towarów i usług w ramach FAP.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy (pismo z dnia 14 sierpnia 2019 r. [k.419-451]) z Polityki Zwrotów mogą korzystać również Użytkownicy z innych krajów, niż Polska.

Zwarcie Porozumienia wywiera dwa skutki tj.:

- skutek prawny - uznanie pierwotnie zawartej umowy za nieważną i dokonanie rozliczenia środków przeznaczonych na zakup usługi oraz środków związanych z wypłatą z tytułu uzyskanych FND,
- skutek faktyczny - zamknięcia konta w ramach Platformy bez możliwości jego przewrócenia wraz ze zwrotem środków odpowiadających kwotom przeznaczonym na zakup AdPack.

### **Polityka Informacyjna**

Wraz z rozpoczęciem funkcjonowania FutureAdpro według nowych zasad każdy z Użytkowników miał do wyboru albo akceptację nowych warunków albo rezygnację z usługi i ewentualnie skorzystanie z Polityki Zwrotów.

Jeżeli Użytkownik wyrażał zgodę na kontynuowanie usługi w ramach modelu biznesowego „FutureAdpro 2.0”, wówczas akceptował Politykę Informacyjną Usługodawcy, zgodnie z którą m.in:

- akceptuje, że Usługodawca nie gwarantuje żadnych zysków w związku z wykonywaniem działalności Dystrybutora a wysokość wynagrodzenia Dystrybutora jest zależna od skuteczności działań podejmowanych przez Dystrybutora, działań podejmowanych przez pozostałych Użytkowników znajdujących się w strukturze Dystrybutora, przychodów uzyskiwanych przez BCU, warunków rynkowych oraz szeregu innych okoliczności,
- akceptuje, że wszystkie przykłady przedstawiane w dokumentach mają charakter założeń przykładowych/szacunkowych. Ewentualne wynagrodzenia mogą ulegać dużym zmianom lub nawet nie wystąpić,
- akceptuje, że poprzednie wynagrodzenia, czy prowizje lub innych dochodów nie można traktować jako podstawy do prognoz/oczekiwań na przyszłość, przyjmuje, że nie powinien polegać na opiniach, twierdzeniach czy zapewnienia innych Użytkowników,
- akceptuje, że Usługowca nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności za treści wypowiedzi innych Użytkowników i osób o sposobie funkcjonowania Platform, wysokości wynagrodzenia itp.

[29] Pismami z dnia 14 sierpnia 2019 r. [k. 421-422] oraz z dnia 6 września 2019 r. [k.577-578] BCU powiadomił, że sfinalizował transakcję zbycia platform Futurenet (Futurenet.club), FutureNet Biznes (backoffice.futurenet.club) oraz FutureAdPro (adpro.futurenet.club) na rzecz podmiotów trzecich.

W konsekwencji zbycia ww. platform BCU przestał być ich właścicielem oraz administratorem.

Obecnie właścicielem i administratorem danej platformy jest:

- 1) FutureNet (futurenet.club) - (...),  
BCU utracił dostęp do bazy w dniu 15 czerwca 2019 r.,
- 2) Futurenet Biznes (backoffice.futurenet.club) - (...), skutkiem na dzień 1 czerwca 2019 r.,
- 3) FutureAdPro (adpro.futurenet.club - (...), ze skutkiem na dzień 1 czerwca 2019 r.

[30] Jak oświadczył BCU Platforma FutureNetwork, jeszcze przed jej sprzedażą, została zablokowana na terenie całej UE, Szwajcarii, USA i Kanadzie. Użytkownicy z tych obszarów mają wyłączoną możliwość zakupów usług.

Nie ma także możliwości rejestracji nowych kont. Zastosowano blokadę adresów IP. Dotychczasowi Użytkownicy korzystający z usług zostali poinformowani o blokadach oraz o wyłączeniu funkcjonalności związanych z możliwością prowadzenia działalności gospodarczej na zasadach MLM dla podmiotów korzystających na obszarach, na których zastosowano blokadę regionalną.

[31] Powodem blokady oraz decyzji o zbyciu platform był - jak to określił BCU - brak regulacji prawnych oraz niemożność uzyskania jednoznacznych opinii prawnych co do oceny legalności ich funkcjonowania.

#### Zasady funkcjonowania platform po zmianie właściciela

[32] Docelowo, po dokonaniu ww. zmian, w skład tzw. „ekosystemu” Futurenet wchodzi trzy odrębne Platformy: Futurenet Social, FutureNet Biznes i FutureAdPro.

Według wiedzy BCU także obecnie, po zmianie własności, portale funkcjonują według założeń przygotowanych i wdrożonych przez Przedsiębiorcę.

#### [33] FutureNet Social FNS

Platforma skierowana jest do wszystkich zainteresowanych Użytkowników, którzy chcą korzystać z portalu społecznościowego. Użytkownikiem może być osoba fizyczna posiadająca pełną zdolność do czynności prawnych. Portal służy do zawierania znajomości i komunikowania się.

W ramach oferty można także zakupić różnego rodzaju usługi i produkty. Użytkownicy nie są jednak uprawnieni oraz nie mają możliwości tworzenia i prowadzenia w ramach platformy jakiegokolwiek działalności gospodarczej. Brak jest również opłat związanych z dostępem do platformy.

#### [34] FutureNet Biznes FNB

Platforma powstała z myślą o promocji oraz propagowaniu płatnych towarów i usług za pośrednictwem rozbudowanej struktury sprzedażowej animowanej przez Niezależnych Partnerów Marketingowych (IMA).

Platforma nie jest automatycznie dostępna dla Użytkowników platformy społecznościowej bowiem rejestracja na FutureNet Social nie tworzy konta w FutureNet Biznes ani w FutureNet AdPro. Platforma FutureNet Biznes jest odrębna, rozdzielona technicznie, organizacyjnie i prawnie od Platformy Social.

Platforma FNB jest dedykowana Użytkownikom, którzy - jak to stwierdził BCU - są zainteresowani prowadzeniem działalności gospodarczej. Platforma jest dostępna wyłącznie on-line oraz prowadzona jedynie w języku angielskim.

Użytkownicy na FNB to albo IMA (tworzący struktury sprzedażowe) albo zwykli Użytkownicy tzw. Members, w tym zainteresowani Użytkownicy FNS, którzy nie są uczestnikami programu zarobkowego i nie tworzą struktur sprzedażowych oraz nie zapraszają innych Użytkowników a jedynie zarejestrowali się na FNB w celu dokonywania zakupów oferowanych tam produktów i usług.

W ramach ofert dostępne są np.:





- aplikacja FN POWER (zapewnia, po wykupieniu subskrypcji miesięcznej, dostęp do wysokiej jakości treści multimedialnych),
- FN Academy (wszelkiego rodzaju materiały edukacyjne, samouczki, porady i przykłady dot. narzędzi społecznościowych oraz marketingu internetowego),
- FutureNet Travel (możliwość wyszukiwania i korzystania z usług turystycznych oferowanych przez różnych usługodawców zewnętrznych oraz wymiana voucherów MediaPoints na Vouchery Travel).

## IMA

W ramach platformy FutureNet Biznes funkcjonują niezależni partnerzy marketingowi (IMA), którzy chcą tworzyć na FNB struktury sprzedażowe. Aby nim zostać Użytkownik platformy składa oświadczenie, że jest przedsiębiorcą. Wynagrodzenie jakie może otrzymać za pośrednictwo w sprzedaży to vouchery FNDolar, które są terminowymi bonami, ważnymi przez 3 lata i które można wymieniać na towary/usługi FutureNet w ramach platformy FNB i FAP.

Dodatkowo, IMA są informowani, że działania dystrybucyjne i promocyjne nie mogą prowadzić do uzyskania prowizji za pozyskanie innych, nowych uczestników struktury. Dystrybutorowi nie wolno też nakłaniać innych do nabywania towarów ponad ich potrzeby aby w ten sposób doprowadzić do zyskania wynagrodzenia.

Możliwość zyskania wynagrodzenia jest uzależniona od osobistej aktywności IMA na Platformie.

IMA tworzą strukturę sprzedażową, której bazą jest sprzedaż towarów i usług świadczonych przez FN. Usługodawca nieustannie rozszerza katalog produktów. IMA zgodnie z Planem Marketingowym posiada uprawnienie do tworzenia struktur w ramach których inni Użytkownicy (Members) oraz inni IMA dokonują zakupów produktów i usług, z tym, że Użytkownik nie uczestniczy w tworzeniu struktury, nie może zapraszać ani przystąpić *ad hoc* do Platformy jako IMA.

Wynagrodzenie stanowi prowizję od sprzedaży. Naliczona prowizja zostaje wypłacona dopiero po osiągnięciu założonego poziomu aktywności IMA. W miarę tworzenia struktury IMA otrzymuje również możliwość uzyskania różnorodnych prowizji z głębi struktury (dochody pasywne).

### [35] FutureAdPro 2.0

Platforma jest drugą wersją FAP.

Osoba rejestrująca się na FAP 2.0 udziela następując zgod:

- Zgoda nr 1: akceptacja postanowień Panu Marketingowego,
- Zgoda nr 2: akceptacja Polityki Informacyjnej,
- Zgoda nr 3: akceptacja wynagrodzenia w voucherach FND,
- Zgoda nr 4: akceptacja, że jedynie 50% uzyskanych FND podlega umorzeniu,
- Zgoda nr 5: deklaracją, że dystrybutor posiada status przedsiębiorcy, wykonujący działalność we własnym imieniu i na własny rachunek,
- Zgoda nr 6: deklaracja, że zapoznał się z Umową Dystrybucyjną i Regulaminem.

Na platformie, o czym była mowa wyżej, mogą także rejestrować się i korzystać z niej Użytkownicy, nie będący dystrybutorami tzw. Member, podobnie jak to jest w wypadku Platformy Futurenet Biznes.

## PREZES URZĘDU ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE:

### Interes publiczny:

- [36] Podstawowym warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest

zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorcy - naruszające przepisy tej ustawy - stanowią potencjalne zagrożenie dla interesu publicznego. Stosownie bowiem do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zasadniczym jej celem jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Interpretacja pojęcia interesu publicznoprawnego, wymaga odniesienia do ukształtowanego w tym zakresie orzecznictwa, zgodnie z którym naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami prawa dotknięty został „szerszy krąg uczestników rynku”, a także, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska (por. wyrok Sądu Najwyższego, III SK 40/07, z dnia 5 czerwca 2008 r.). W przedmiotowym aspekcie, warunkiem koniecznym do zastosowania ustawy jest, aby działanie przedsiębiorcy, któremu zarzucono naruszenie jej przepisów, stanowiło potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy.

- [37] Przedmiotowe postępowanie dotyczy działań BCU oraz FN Ukraine, które dotyczyć mogą nieograniczonego kręgu adresatów, posiadających status konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli być lub byli klientami Przedsiębiorców. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Interes publicznoprawny zawiera się w związku z tym w ochronie praw konsumentów, do których spółki kierują swoje oferty. Ochrona konsumentów podejmowana w trybie postępowania przed Prezesem Urzędu nie dotyczy więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, których dotyczą bezpośrednio działania Przedsiębiorców, i których sytuacja jest w tym zakresie podobna. Zatem w rozpatrywanej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

#### **Status przedsiębiorców:**

- [38] Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zw. z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 ze zm.) za przedsiębiorcę uznaje się osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły. (art. 3 ww. ustawy). Działalność BCU ma charakter zarobkowy, jest wykonywana w sposób zorganizowany (BCU jest spółką prawa właściwego dla Zjednoczonych Emiratów Arabskich) oraz ciągły. Spółka posiada zatem status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Także i Spółka FN Ukraine, wpisana do ukraińskiego Jednolitego rejestru osób prawnych i osób fizycznych - przedsiębiorców oraz stowarzyszeń publicznych, posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, zważywszy na eksterytorialny zasięg regulacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (por. jej art. 1 ust. 2), ww. Przedsiębiorcy podlegają rygorom określonym w niniejszej regulacji, a ich działania, które bezsprzecznie wywołują skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, podlegają ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

#### **Sprzeczność zachowania Przedsiębiorców z prawem lub dobrymi obyczajami:**

- [39] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność

z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z dobrych obyczajów, określających zasady współżycia społecznego.

- [40] Dla stwierdzenia naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ust. 1 uokik wystarczy wykazanie sprzeczności zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami. W rozpatrywanej sprawie, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest ocena, czy w ustalonym stanie faktycznym Przedsiębiorcy dopuścili się działań bezprawnych, związanych z przekroczeniem zakazu ustanowionego w przepisach ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, co z kolei narusza przepis art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik.
- [41] Przedmiotem zarzutów postawionych Przedsiębiorcom jest stosowanie praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik, polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, w postaci założenia, prowadzenia i propagowania systemu promocyjnego typu piramida, o której mowa w art. 7 pkt 14 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, poprzez założenie, prowadzenie i propagowanie:
- systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co może stanowić system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076);
  - systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co może stanowić system promocyjny typu piramida, określony w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076).
- [42] Art. 3 upnr zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, przez które rozumie się działania lub zaniechania przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 upnr). Działanie Przedsiębiorców polegające na oferowaniu, w ramach portalu internetowego FutureNet oraz platformy reklamowej FutureAdPro, możliwości otrzymania korzyści materialnych w przypadku spełnienia określonych wymogów, mieści się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

[43] W myśl art. 7 pkt 14 upnr, nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest praktyka rynkowe wprowadzająca w błąd polegająca na założeniu, prowadzeniu lub propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida, w ramach którego konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.

Przepis powyższy jest implementacją pkt 14 załącznika I do Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L 149 z 11.06.2005 r., s. 22 i n.), dalej również: „Dyrektywa”. Pkt 17 preambuły powołanej Dyrektywy wskazuje, iż ww. załącznik I został stworzony w celu zidentyfikowania praktyk, które należy uznać za nieuczciwe, bez konieczności oceny konkretnego przypadku w świetle przepisów art. 5-9 Dyrektywy.

Wykładnia przepisu art. 7 upnr każe przyjąć, iż wszystkie praktyki wymienione w zamieszczonym w nim katalogu stanowią, w każdych okolicznościach, nieuczciwe praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Powyższe oznacza z kolei, że zakwalifikowanie stosowanej przez Przedsiębiorców praktyki rynkowej do katalogu praktyk wymienionych w art. 7 upnr powoduje ex lege uznanie jej za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd bez konieczności uprzedniego wykazywania spełnienia przez nią przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 upnr<sup>3</sup>, tj. sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.

W kontekście przywołanych przepisów, aby uznać, że działania Przedsiębiorców stanowią nieuczciwą praktykę rynkową, zakazaną przepisami ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, należy wykazać, że:

- przedsiębiorca utworzył, prowadzi lub propaguje system promocyjny;
- w ramach tego systemu konsument musi wykonywać świadczenie za możliwość (obietnicę) uzyskania korzyści materialnych;
- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży czy konsumpcji produktów.

W pierwszej kolejności należało jednak rozstrzygnąć, czy osoby, do których Przedsiębiorcy kierują ofertę udziału w opracowanym modelu zarobkowym posiadają przymiot konsumenta.

Poniżej poczynione rozważania dotyczą zarówno FN oraz FAP (FutureAdPro).

Tak, jak to stanowi treść pkt. 3.4.3 Regulaminu, Użytkownik w procesie rejestracji potwierdzał, iż został poinformowany, o tym, że *podstawowym zastosowaniem Modelu zarobkowego jest działalność jako przedsiębiorca (B2B), w związku z czym Użytkownik taki status powinien posiadać chyba że nie jest to konieczne wedle przepisów kraju, w którym ma on miejsce zamieszkania.*

Z treści cytowanego postanowienia jednoznacznie wynika, że oferta kierowana była nie tylko do przedsiębiorców, ale także do konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu tak „elastycznie” sformułowany wymóg co do statusu Użytkownika, dający dużą swobodę interpretacji, nie wykluczał, że na terenie Polski z możliwości uzyskiwania korzyści na zasadach zawartych w Planie Marketingowym korzystali konsumenci. Przedsiębiorcy dopuszczali taką możliwość. Ponadto, z materiału zgromadzonego w sprawie, nie

<sup>3</sup> Tak: M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Komentarz do art. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, LEX; R. Stefanicki, *Komentarzu do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, wydanie I, LexisNexis, s.tr 365-366.



wynika w jakikolwiek sposób, że Przedsiębiorcy stosowali system weryfikacji i selekcji statusu Użytkownika (konsument, czy przedsiębiorca).

W konsekwencji - w rozpatrywanej sprawie odnośnie do portalu FutureNet - przyjąć należało, że podmiotem zachęcanym do przystąpienia do modelu zarobkowego i motywowanym do wykonania świadczenia zmierzającego do rozbudowy FN poprzez zakup określonego pakietu (tj.: Member, Basic, Gold, Exclusive Sapphire oraz Royal) i pozyskiwanie kolejnych, potencjalnych użytkowników, jest także konsument.

Także i w wypadku FAP uznać należało, że z oferty przystąpienia do systemu w ramach którego Użytkownik dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) korzystali także i konsumenci.

Nadto, należy zwrócić uwagę na fakt, iż definicja systemu promocyjnego typu piramida zawarta w art. 7 pkt 14 upnr nie zawiera wskazania, iż na etapie uzyskiwania korzyści, podmiot będący członkiem systemu promocyjnego musi posiadać status konsumenta. Status ten jest, zgodnie z brzmieniem wskazanego przepisu, konieczny jedynie w momencie wykonywania świadczenia, w zamian za które istnieje możliwość uzyskiwania korzyści materialnych.

Niewątpliwie, w rozpatrywanej sprawie, możliwość skorzystania z modelu zarobkowego FN jak i FAP oraz obietnica uzyskania korzyści w zamian za ustalone świadczenie była kierowana do każdego zainteresowanego, w tym dowolnej osoby fizycznej mogącej być Użytkownikiem platform, to jest każdego konsumenta.

#### Portal FutureNet

- [44] Odnosząc się do pierwszego zarzutu, zdaniem Prezesa Urzędu - biorąc pod uwagę dowody zgromadzone w toku postępowania - działania Przedsiębiorców związane z utworzeniem, prowadzeniem rozwijaniem i propagowaniem systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonywał zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści były uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu wskazują na założenie, prowadzenie oraz propagowanie systemu promocyjnego typu piramida przez Przedsiębiorców. Zgodnie z ww. przepisami, aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w przywołanym wyżej przepisie, koniecznym jest wypełnienie łącznie następujących, wymienionych wcześniej, przesłanek tj.:

- przedsiębiorca musi utworzyć, prowadzić lub propagować określony system promocyjny;

Jak wynika z materiału dowodowego zebranego w toku postępowania niewątpliwym jest, że Przedsiębiorcy utworzyli i prowadzili system promocyjny na platformie FN oraz promowali ten system.

Utworzony przez Przedsiębiorców motywacyjny program sprzedaży, tj. model zarobkowy służył rozwojowi portalu FN, a opracowany system bonusów i prowizji, przydzielanych na zasadach opisanych w Planie Marketingowym, służył wynagradzaniu osób zaangażowanych w rozwój systemu. Działania te podejmowano w celu zachęcania do propagowania systemu promocyjnego FutureNet, udziału w nim i dokonywania określonych wydatków (np. na zakup pakietów).

Informacje dotyczące FN rozpowszechniane były szeroko przez Przedsiębiorców w różnych przestrzeniach medialnych, np. w Internecie; platforma była obecna również



na portalu Facebook. Na kanale YouTube były zamieszczone nagrania np. pod adresem:

- <https://www.youtube.com/watch?v=yGIRkT7W5ro>

czy

- <https://www.youtube.com/watch?v=n29jD-N4R30>

- <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxwkg>

Treści opisu do prezentacji, opublikowanej dnia 31 grudnia 2018 r., pod ww. adresem:

*Rok 2018 kończy się serią niesamowitych osiągnięć. To był najlepszy okres w historii FutureNet: mamy 5 milionów użytkowników oraz 2. miejsce w Rankingu Alexa. Pora na odkrycie FutureNet 2.0 w nowym roku! 2019 zaczyna się od świetnych wiadomości i niesamowitych rezultatów naszej działalności - dostępne są nowe produkty, a dzięki tak gwałtownemu rozwojowi zmienił się styl życia milionów ludzi! FutureNet to sposób na to, aby żyć bez limitów. Świat się zmienia, a my przemy do przodu. Nie czekaj i bierz od życia to, co chcesz!*

Prezentację prowadzą (...), którzy byli managerami i reprezentowali BCU.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

Przekazywane informacje wskazują, że Przedsiębiorcy zaangażowani byli w sponsoring sportowy.

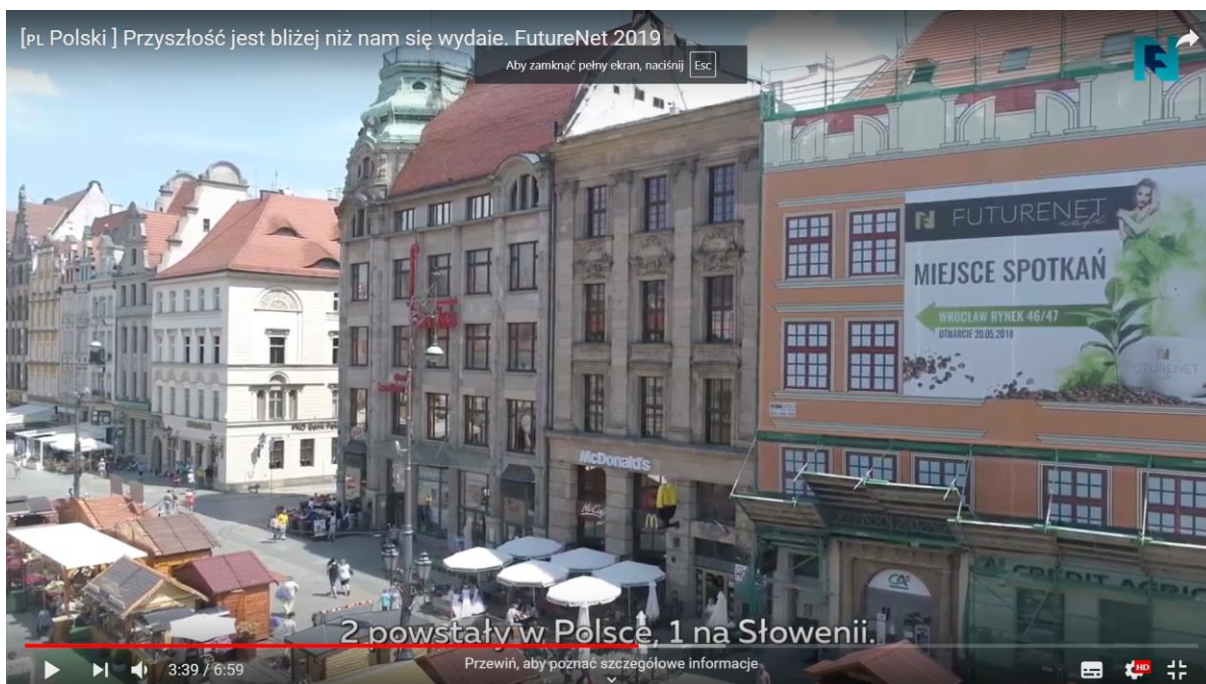
/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

W Warszawie i we Wrocławiu funkcjonują/funkcjonowały restauracje FN.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.





/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

Jak wynika z treści prezentacji utworzona została także fundacja FutureNet Foundation.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

(...) informuje, iż wielu członków FutureNet jest milionerami.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

/dowód: zrzut fragmentu ekranu ze <https://www.youtube.com/watch?v=lZejO3Nxxwkg>, z dnia 6 marca 2020 r.

Zdaniem Prezesa Urzędu nie ulega wątpliwości, że portal FutureNet i system promocyjny FN był propagowany przez Przedsiębiorców.

- w ramach systemu konsument musi wykonywać świadczenie za możliwość (obietnicę) uzyskania korzyści materialnych;

Zebrane w toku postępowania dowody potwierdzają, że konsument mógł zostać Użytkownikiem Premium i zapraszać inne osoby aby zostały Użytkownikami, z tą jednak zasadą, że aby „zarabiać” - nabywca musiał wykonać określone świadczenie tj. wykupić przynajmniej jeden z pakietów, tj.; Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire lub Royal.

Wprawdzie w Regulaminie, Przedsiębiorcy wielokrotnie zaznaczali, że zapraszanie i zakupy nie są konieczne, to jednak wskazywali również, iż Użytkownicy będą osiągać zysk, jeśli zostanie on uzyskany przez FutureNet, razem z jego społecznością. Tak wynika z § 6 pkt 6.2. Regulaminu, w którym Przedsiębiorcy wprost artykułują: *Zależy nam na aktywności, jednak to od zaangażowania każdej z osób zależy rozwój biznesu. Można to robić w wąskiej grupie, można to robić w*

ramach wielu osób. Oba sposoby dają możliwość zarobku. Działamy jako społeczność. Dalej w Regulaminie wskazano, że zyski mogą być generowane przez aktywnych Użytkowników, w związku z czym korzystne jest „posiadanie w swojej matrycy” aktywnych użytkowników (§ 6 pkt 6.7. Regulaminu).

Reasumując, zgodnie z Planem Marketingowym konsument był motywowany, zachęcany do „zapraszania nowych Użytkowników” w zamian, za korzyści mierzalne w postaci ustalonych bonusów. Niewątpliwie cechą przedstawionej struktury było zatem uzależnienie możliwości uzyskania przez Użytkownika, za wykonane świadczenie tj. zakup danego pakietu Member - Royal, korzyści materialnych (premie/bonusy), za werbowanie kolejnych osób,

Istotnym elementem jest przy tym fakt, że możliwość przyznania określonych korzyści warunkowana była dokonaniem zakupów przez nowych członków systemu, nie była natomiast uzależniona od sprzedaży określonych towarów poza utworzoną strukturę, czy konsumpcji tych wyrobów.

- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży czy konsumpcji produktów;

Przedsiębiorcy, którym postawiono zarzut w niniejszym postępowaniu, zachęcali nie tylko do rejestracji i aktywności na portalu FN ale także, poprzez opracowany model możliwych korzyści w postaci licznych bonusów, motywowali do rozwoju bazy poprzez poszukiwanie nowych Użytkowników przez osoby dotychczas korzystające z platformy.

Korzyści jakie obiecywali za rozwój bazy FN były przewidziane przede wszystkim w związku z pozyskaniem/wprowadzeniem nowych osób do systemu, natomiast dokonywana przy tej okazji sprzedaż pakietów produktowych oraz innych produktów FN miała tu znaczenie drugorzędne i służyła głównie jako podstawa do naliczenia danego bonusu, określenia jego kwoty/wartości. Należy przy tym zwrócić uwagę na zawartość poszczególnych pakietów produktowych (vide: Tabela 3), która nie była na tyle atrakcyjna, aby obiektywnie ocenić, że w wypadku ich zakupu Użytkownik otrzymywał ekwiwalent uiszczony ceny.

W tych okolicznościach, zdaniem Prezesa Urzędu, uznać należało, że zakup pakietu pierwszego miał charakter uiszczenia „opłaty wpisowej” w kwocie min. 10\$ za uczestnictwo w systemie. W związku z tym zakupem Użytkownik „wchodził” do struktury utworzonej dla tego pakietu i miał możliwość uzyskania korzyści pod warunkiem wprowadzenia innego Użytkownika. W miarę rozwoju struktury (powstawania jej kolejnych poziomów) Użytkownik zakupując następnie inne/droższe pakiety, miał możliwość uzyskania wyższych profitów ze struktur tworzonych dla tych pakietów.

Reasumując, konsument dokonywał wpłat tytułem zakupu pakietów oraz uzyskiwał korzyści (zarobek) dzięki rozbudowie struktury poprzez pozyskanie nowych Użytkowników. Użytkownik nie musiał tego czynić, ale był zachęcany do większego zaangażowania się i zakupu dalszych pakietów, co dawało mu możliwość uzyskania większych korzyści. Podkreślić jednak należy, że z tytułu zakupu pakietu nabywca otrzymywał określoną ilość Media Points, które nigdy nie podlegały wypłacie, co najwyżej mogły być utrzymywane na koncie do czasu ich zrealizowania poprzez zakup produktu FN. Także uzyskiwane bonusy nie były rejestrowane na koncie Użytkownika jako gotówka, ale jako vouchery FND, które były przeliczane w sposób umowny, a ustalona przez Przedsiębiorców wartość przelicznika mogła się zmienić. Posiadanych środków nie można wypłacić w całości bez poniesienia kosztów takiej operacji.

Wszystkie wyżej wskazane przesłanki charakteryzujące system promocyjny typu piramida zostały określone w załączniku I do Dyrektywy Implementowanej do krajowego porządku prawnego art. 7 ust. 14 upnpr.

Warto w tym miejscu odnotować, że w wyroku z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie 4finance (C-515/12) Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wskazał przesłanki - w zasadniczej części zbieżne z wyżej wskazanymi w niniejszej decyzji, to jest:

- 1) po pierwsze, by przystępujący do takiego systemu wpłacali świadczenie finansowe (pkt 23 i 26 ww. wyroku): należy przy tym zauważyć, że Trybunał Sprawiedliwości nie wypowiedział się o sposobie pobierania przedmiotowego świadczenia, a jedynie o tym, że każdą kwotę wpłaconą na rzecz systemu promocyjnego przez przystępującego należy postrzegać - niezależnie od jej wysokości - jako świadczenie w rozumieniu pkt 14 załącznika I do Dyrektywy;
- 2) po drugie, istnienie związku między świadczeniami wpłacanymi przez nowo przystępujących członków a wynagrodzeniem pobieranym przez istniejących członków (pkt 27 ww. wyroku): Trybunał zauważył także, że system ma strukturę piramidy, jeśli składa się z różnych poziomów, zaś na szczycie znajduje się podmiot prowadzący, a nadto pozyskiwanie nowych członków następuje w sposób zbiorowy i wykazuje wzrost wykładniczy; do poczynienia takich ustaleń niezbędne jest wykazanie, że wynagrodzenie wypłacane na rzecz obecnych członków systemu jest uzależnione przede wszystkim od świadczeń wykonywanych przez nowo pozyskiwanych członków.

W ocenie Prezesa Urzędu tak jest też w rozpatrywanej sprawie, zgodnie bowiem z zasadami ustalonymi w Planie Marketingowym i ustalonym modelem zarobkowym FutureNet to sieć budowana na systemie poleceń. Każdy członek/uczestnik/Użytkownik systemu musiał zostać zarekomendowany przez osobę już zarejestrowaną w sieci, co umożliwiała tej osobie (rekomendującemu) uzyskanie wynagrodzenia.

Na szczycie znajduje się podmiot prowadzący system tj. Przedsiębiorcy, którzy w związku z utworzonym systemem otrzymywali korzyści majątkowe. Natomiast Użytkownicy, którzy przystąpili do modelu zarobkowego i zakupili dany pakiet Member - Royal, budowali strukturę poprzez umieszczanie osób zwerbowanych na kolejnych, niższych szczeblach hierarchii (piramidy) i uzyskiwali korzyści po spełnieniu określonych warunków, ustalonych w Planie Marketingowym.

Należy także zauważyć, że tak Dyrektywa, jak i upnpr, nie określają, czym jest świadczenie. W świetle orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej pojęcie świadczenia ze strony konsumenta obejmuje wszelki wkład finansowy z jego strony, bez względu na wysokość tego wkładu (por. pkt 26 wyroku C-515/12), nie ma więc znaczenia wysokość kwot wpłacanych na rzecz systemu promocyjnego przez przystępującego.

W rozpatrywanej sprawie przyjąć należy, że świadczeniem był zakup pakietu Member - Royal a cały system funkcjonował w oparciu o pozyskiwanie nowych członków, którzy także wykonywali świadczenia i w zamian za to świadczenie również otrzymywali możliwość uzyskania wynagrodzenia.

Ponieważ wykonywanie świadczenia przez poleconego stanowiło o wymiarze wynagrodzenia osoby polecającej, tym samym wzmagana była w nim chęć rozbudowywania struktury poprzez zapewnienie stałego „dopływu” nowych członków i nowych środków gromadzonych z tytułu zakupu pakietów/produktów przez poleconych.

Warto także przypomnieć, że dla kupującego, nabycie pakietu było wyłącznie wydatkiem. Pakiet nie mieści bowiem w sobie żadnego ekwiwalentu uiszczonyj ceny. Przedsiębiorcy wprawdzie oferowali w ramach pakietu, różnego rodzaju usług, jednak obiektywnie należy stwierdzić, że zawartość pakietów, bez możliwości/obietnicy uzyskania dodatkowych korzyści, nie była atrakcyjna, w szczególności uwzględniając ich ceny. Co więcej - o czym była mowa już wcześniej - za wydatek związany z zakupem pakietu nabywca otrzymywał, przede wszystkim określone ilości Media Points, które miały niestałą wartość i których nie można było ani wypłacić ani



przeznaczyć na dowolny cel a jedynie wykorzystać na warunkach określonych przez Przedsiębiorców. Natomiast Przedsiębiorcy ze sprzedaży pakietów uzyskiwali realne przychody, których wielkość była pomniejszona w związku z ewentualnymi prowizjami i bonusami jedynie w sposób nieznaczny.

Również, zdaniem Prezesa Urzędu, warunek dotyczący sukcesywnego zakupu pakietów (najpierw niższy potem ewentualnie wyższy), nie był przypadkowy. Przedsiębiorcy zadbali, aby doprowadzić do tworzenia struktur. Jak wynika z danych z tabeli 1 utworzenie pełnej struktury w ramach jednego pakietu wymagało zaangażowania się ok. 90.000 osób. Tworzenie równocześnie kilku struktur dla różnych pakietów znacznie wydłużyłoby czas budowy jednej pełnej struktury, co przy założeniu, że Użytkownik mógł uzyskiwać dochody pasywne z 10 poziomów znacznie wydłużyło by też i czas uzyskania dochodów, i mogłoby działać zniechęcająco do dalszej aktywności. Tymczasem Przedsiębiorcom zależało na stałym dopływie nowych uczestników, stałym wykupie pakietów i stałym wzroście przychodów z tego tytułu.

- [45] Odnosząc się do argumentów co do rozpatrywanego zarzutu, że model biznesowy FN nie był propagowany, bowiem nigdzie nie można było znaleźć jakichkolwiek reklam dotyczących tego portalu, natomiast, nazwanie fundacji jak i restauracji FutureNet nie świadczy o propagowaniu systemu promocyjnego Prezes Urzędu wskazuje, iż postępowanie się nazwą identyczną jak utworzony system promocyjny nie jest przypadkowe, ale ma charakter przemyślany i celowy, mogący przyczynić się nie tylko do poznania ale także i do utrwalenia się w świadomości konsumenta zarówno samej nazwy jak i portalu FutureNet. Rozpoznawalność danej marki handlowej może budzić wzrost zaufania, a zaufanie może potęgować skłonność do skorzystania z danej oferty, w tym przypadku przystąpienia do piramidy.

#### FutureAdPro

- [46] Rozpatrując drugi z postawionych zarzutów Prezes Urzędu uznał, iż działania Przedsiębiorców związane z utworzeniem, prowadzeniem, rozwijaniem i propagowaniem FAP, w oparciu o opracowany i obowiązujący model zarobkowy, także wskazują na założenie, prowadzenie oraz propagowanie systemu promocyjnego typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

- [47] Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w przywołanym wyżej przepisie koniecznym jest wypełnienie łącznie następujących przesłanek, tj.;

- przedsiębiorca musi utworzyć, prowadzić lub propagować określony system promocyjny.

Podobnie jak w przypadku FN, także w przypadku FAP, w ocenie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorcy utworzyli, prowadzili i propagowali (szczególnie w internecie) system promocyjny FAP. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że Użytkownik FN stawał się automatycznie Użytkownikiem FAP a każdy przekaz dotyczący FN dotyczył również FAP. Przykładowo (...), w prezentacji dostępnej do adresu:

<https://www.youtube.com/watch?v=BgUZHwKb7wg>

mówi o możliwości zarabiania na FN i FAP.

Opracowany przez Przedsiębiorców motywacyjny program sprzedaży służyć miał rozwojowi platformy FAP, a ustalony system promocyjny oparty o system zarobkowania, na zasadach opisanych w Planie Marketingowym miał służyć wynagradzaniu osób zaangażowanych w ten rozwój.

- w ramach systemu konsument musi wykonywać świadczenie w zamian za możliwość (obietnicę) uzyskania korzyści materialnych.

Jak wykazano powyżej - zgodnie z zawartym w modelu zarobkowym Planem Marketingowym - każdy konsument mógł być motywowany, zachęcany do „zapraszania nowych użytkowników” w zamian, za wymierne korzyści/prowizje.



Warunkiem uzyskania korzyści, w przypadku FAP, był jednak wykup określonego statusu (od II do V), bowiem tylko posiadając dany status konsument był wynagradzany za wprowadzanie nowego Użytkownika do systemu, przy czym dokonany przez nowego Użytkownika zakup AdPacków służył do określania wartości tego wynagrodzenia/tej korzyści.

- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży czy konsumpcji produktów.

System prowizji za wprowadzenie nowych Użytkowników platformy FAP, skonstruowany był w sposób zapewniający ich uzyskanie z kilku (tj. II-V) poziomów struktury „piramidy”. Jednak tylko posiadając status V, Użytkownik mógł uzyskiwać korzyści płynące z wszystkich tych poziomów. Korzystne było zatem większe zaangażowanie się poprzez wykup status najdroższego. Co więcej, ponieważ statusy miały charakter czasowy/okresowy, to aby zachować swoje dotychczasowe „prawo do uzyskania korzyści”, Użytkownik musiał dokonać kolejnego wydatku z tytułu ponownego wykupu statusu, czyli cyklicznie powinien dokonywać dalszych wpłat w celu utrzymania swojej pozycji w strukturze.

W tym miejscu - informacyjnie - Prezes Urzędu chciałby wskazać na rozmiar dochodów możliwych do uzyskania w związku z zakupem abonamentu/statusu w ramach platformy FAP.

Przykładowo - przy założeniu, że Użytkownik posiadający status V zakupił 1.000 paczek AdPack o wartości 50\$, będą się one kształtowały w następujący sposób:

Jeżeli każdy AdPack generuje ok. 1% dziennie - do czasu aż „wypracuje” 120 %<sup>4</sup> - swojej nominalnej wartości, czyli w ciągu 4 miesięcy (120 dni), to - w tym okresie - z 50\$ uzyska się 60\$. Pięć procent przejdzie na konto reklamowe, czyli do dyspozycji pozostanie 57\$, co oznacza, że 1 paczka „zarobi” przez 4 miesiące 7\$, a 1.000 paczek dostarczy, w tym czasie, przychody w wysokości 7.000 \$.

Należy jednak zaznaczyć, że 1.000 paczek AdPack to 800.000 wyświetleń reklam, czyli 1 wyświetlenie reklamy zapewnia przychód w wysokości ok. 0.000875\$. (7.000/800.000)

Co więcej, aby się zakwalifikować/zarobić, reklama musi być oglądana przez min. 30 sekund, co oznacza, że w ciągu godziny można obejrzeć maksymalnie 120 reklam. Tak więc, na obejrzenie 800.000 reklam (odpowiadających wartości zakupionego pakietu 1.000 paczek AdPro) potrzeba 6.666,66 godzin, czyli 278 dni, i to przy założeniu, że oglądamy reklamy bez przerwy przez 24 godziny dziennie, co jest niemożliwe do osiągnięcia.

Zakładając, że w ciągu 4 miesięcy ogląda się reklamy codziennie przez 10 godzin, można obejrzeć co najwyżej 144.000 reklam, co oznacza zarobek ok. 1.260 \$, to jest 315 \$ miesięcznie. Dla pozostałych Statusów wymagania i wartości będą odpowiednio niższe.

W ocenie Prezesa Urzędu, nawet przy dużym zaangażowaniu możliwy do osiągnięcia zysk nie jest satysfakcjonujący/godziwy, bowiem aby przeznaczać codziennie 10 godzin na oglądanie reklam należałoby całkowicie zrezygnować z innych zajęć. Nie bez znaczenia są także koszty jakie wiążą się z tego rodzaju działalnością, chociażby koszt zużycia energii, a przede wszystkim to, że wynagrodzenie jest „wypłacane” w voucherach FND a nie ogólnie akceptowanych walutach.

Z tych też powodów należy uznać, że główną przyczyną zachęcania Użytkowników do wprowadzania innych do systemu nie była możliwość osiągnięcia satysfakcjonujących przychodów w związku z zakupionym statusem, ale rozbudowa systemu o kolejne elementy. Polecający uzyskiwał przede wszystkim prowizje/„nagrodę” za zwerbowanie nowego Użytkownika, natomiast, sam zakupiony przez nowego

<sup>4</sup> Użytkownicy otrzymują prowizję, aż dany pakiet zdobędzie 120% swojej wartości. 5% naliczeń deponowanych jest na koncie reklamowym i przeznaczany na zakup reklam.

Użytkownika produkt miał znaczenie drugorzędne i służył jedynie dla ustalenia wysokości prowizji.

- [48] Również, w wypadku FAP uznać należy, że wszystkie przesłanki charakteryzujące system promocyjny typu piramida określone tak w załączniku I do dyrektywy 2005/29 jak i wskazane w przywołanym już wyroku Trybunał Sprawiedliwości z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie *4finance* (C-515/12) zostały spełnione.

FAP funkcjonował w oparciu o sieć budowaną na systemie poleceń. Każdy członek/uczestnik systemu musiał zostać zarekomendowany przez osobę już zarejestrowaną w sieci, co umożliwiało tej osobie (rekomendującemu) uzyskanie wynagrodzenia.

Na szczycie znajdował się podmiot prowadzący system tj. Przedsiębiorcy, którzy niewątpliwie w związku z utworzonym systemem otrzymywali korzyści majątkowe. Natomiast Użytkownicy, którzy przystąpili do modelu zarobkowego i wykupili dany status (II-V), budowali strukturę poprzez umieszczanie osób zwerbowanych na kolejnych, niższych szczeblach hierarchii (piramidy) i uzyskiwali korzyści po spełnieniu określonych warunków, ustalonych w Planie Marketingowym.

Zakup statusu był więc świadczeniem a cały system funkcjonował w oparciu o pozyskiwanie nowych członków, którzy także wykonywali świadczenia i w zamian za to świadczenie również otrzymywali możliwość uzyskania wynagrodzenia.

- [49] Odnosząc się do argumentów BCU co do zarzutu drugiego, że jeszcze przed wszczęciem niniejszego postępowania dokonano szeregu zmian funkcjonowania platformy FAP, Prezes Urzędu wskazuje, że dokonanie zmian nie ogranicza możliwości podejmowania działań przewidzianych przepisami uokik, zgodnie bowiem z art. 105 uokik nie wszczyna się postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania, upłynęły 3 lata. Taka sytuacja nie miała jednak miejsca w rozpatrywanej sprawie.

Ponadto, przedstawione przed wszczęciem niniejszego postępowania działania miały jedynie charakter deklaracji a dodatkowo nie odnosiły się do sytuacji konsumentów, którzy byli już Użytkownikami FN i FAP. Dopiero, bardziej szczegółowe wyjaśnienia i informacje nt. konkretnych rozwiązań np. blokada, polityka zwrotów itp. były udzielane lub dokonane już po wszczęciu niniejszego postępowania.

- [50] Również, zdaniem BCU, niniejsze postępowanie zostało wszczęte na podstawie błędnego założenia, że utrzymywanie platformy FAP dokonuje się poprzez napływ nowych środków pochodzących wyłącznie od nowych użytkowników, nie zaś z dystrybucji produktów, tymczasem, działania w ramach FAP oparte są na modelu marketingu wielopoziomowego (tzw. MLM). Dalej BCU wskazywał, że dystrybutorzy prowadzą działalność gospodarczą polegającą na podejmowaniu czynności marketingowych i dystrybucyjnych zmierzających do sprzedaży produktów oferowanych na FN i FAP. Jednym z produktów FAP są AdPack-i (paczki reklamowe). Zakupując AdPack Użytkownik nabywał prawo do wyświetlenia danej ilości swojej reklamy lub mógł oglądać reklamy innych Użytkowników, otrzymując za to wynagrodzenie w formie voucherów FND.

Zdaniem Prezesa Urzędu, podkreślić należy, że podmiotami/reklamodawcami, których reklamy były umieszczane na FAP byli Użytkownicy, którzy zakupili AdPacki. Możliwość emitowania reklam w ramach platformy nie wymagała żadnych działań ze strony BCU np. tworzenia schematów reklamowych, planów, kampanii czy podejmowania jakichkolwiek działań marketingowych, w tym zawierania umów z reklamodawcami zewnętrznymi. Jediną działalnością BCU w tym zakresie było oferowanie zakupu AdPack.

System funkcjonował więc w ten sposób, że te same osoby zarówno zamieszczały swoje reklamy i oglądały reklamy innych. Aby zapewnić dochód z tej aktywności należało poświęcić wiele czasu, przy czym aby uzyskać dochód pasywny należało zainwestować

większą kwotę tytułem zakupu wyższego statusu oraz „zwerbować do struktury nowych uczestników”.

Wątpliwa jest jednak w tym przypadku celowość systemu sprowadzona do oglądania reklam nie przez potencjalnych klientów ale przez „oglądaczy”, którzy wyświetlali reklamy jedynie w celu uzyskania zarobku. Natomiast, „zarobek” ten stanowił jedynie ułamek przychodów jakie uzyskiwali Przedsiębiorcy z tytułu wykupu statusów.

BCU, w ramach podjętych działań przez Prezesa Urzędu, informował, że głównymi przychodami z FAP były zakupione pakiety reklamowe przez Użytkowników korzystających z usługi naliczania (oglądania reklamy), zakupione pakiety reklamowe przez Użytkowników korzystających z usługi naliczania (nie oglądają reklam), ale wykorzystują portal jako usługę reklamową, celem zwiększenia ruchu na stronie, czy też zakupione usługi reklamowe przez reklamodawców zewnętrznych, przy czym jak później BCU doprecyzował nie było reklamodawców zewnętrznych. Reasumując powyższe Prezes Urzędu uznał, że dochody z FAP pochodziły od Użytkowników, którzy sami wykupywali statusy, sami kupowali AdPack-i oraz sami zachęcali do tych działań innych w zamian za korzyści materialne, bez żadnej aktywności ze strony BCU.

Na marginesie należy także zaznaczyć, że w polskim systemie prawnym brak jest jakichkolwiek przepisów, które regulowałyby zasady funkcjonowania systemu marketingu wielopoziomowego tzw. MLM.

Jedynym przepisem, który w pewien sposób odnosi, że do takiego rodzaju sprzedaży jest art. 17 c ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2019 r. poz. 1010 ze zm.), zgodnie z którym taka działalność jest - co do zasady - zabroniona i akceptowalna jedynie w określonych warunkach, wymienionych w tym przepisie. Analiza w tym zakresie wykracza przy tym poza ramy niniejszego postępowania.

#### **Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów:**

[51] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje „zbiorowego interesu konsumentów”, ograniczając się jedynie do sprecyzowania (w art. 24 ust. 3), że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Przez godzenie w zbiorowe interesy konsumentów (które może polegać zarówno na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów, jak i na samym zagrożeniu ich naruszenia) należy rozumieć narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę obejmującą zarówno działania, jak i zaniechania.

W oparciu o wykładnię przepisu art. 24 ust. 2 i 3 uokik, zbiorowy interes konsumentów rozumiany jest jako interes dotyczący ogółu (zbiorowości), zaś jego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Z tego względu zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie przestanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.

W niniejszej sprawie działania Przedsiębiorców mogły dotyczyć każdego konsumenta, nie tylko zarejestrowanych Użytkowników FN i FAP, ale także nieograniczonego kręgu konsumentów z uwagi na fakt, że oferta przystąpienia do systemów kierowana była do nieograniczonego kręgu odbiorców. Działania Przedsiębiorców nie dotyczyły zatem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna.

Mając na względzie przytoczone wyżej uzasadnienie zarzutów stawianych Przedsiębiorcom, należy stwierdzić, iż ich działania wskazują na naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. W efekcie działań Przedsiębiorców naruszone zostały interesy ekonomiczne konsumentów, którzy zainwestowali swoje środki w zakupu produktów Przedsiębiorców, zwabieni obietnicą uzyskania dodatkowych korzyści.

[52] Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Natomiast w myśl treści art. 27 uokik w wypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania danej praktyki Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Ciężar udowodnienia okoliczności umożliwiających stwierdzenia zaniechania stosowania praktyki spoczywa jednak na przedsiębiorcy. W toku przeprowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że w wyniku rozwiązania umowy konsorcjum Spółka FutureNet Ukraina zaprzestała stosowania zarzucanych jej wyżej praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z dniem 4 lipca 2018 r.

BCU natomiast zaniechała ww. praktyk ostatecznie z dniem 15 czerwca 2019 r., w tym bowiem dniu nie tylko nie obowiązywały już umowy dotyczące sprzedaży FutureNet, FutureNet Biznes oraz FutureAdPro, a ponadto Spółka utraciła dostęp do bazy użytkowników portalu FutureNet, tym samym pozbawiając się wpływu na jego funkcjonowanie.

W toku prowadzonego postępowania BCU wnioskował o przeprowadzenie rozprawy administracyjnej, m.in. w szczególności w celu :

- dokonania oględzin stron internetowych FutureNetSocial 1.0 i 2.0, FutureNet Biznes oraz FutureAdPro 1.0 i 2.0,
- wskazania blokady regionalnej dostępu do usług platformy FutureAdPro dla użytkowników z UE od marca 2019 r.,
- przedstawienia stosowanej polityki zwrotów,
- oględzin ww. portali celem wykazania, że BCU w wyniku sprzedaży zaprzestał ich prowadzenia.

Zdaniem Prezesa Urzędu, uwzględniając całość okoliczności faktycznych sprawy, brak było wystarczających powodów przemawiających za uwzględnieniem wniosku w tym zakresie.

Zgodnie z art. 60 ust. 1 uokik Prezes Urzędu nie jest zobligowany do przeprowadzenia rozprawy administracyjnej w każdej sprawie. Jak wskazuje się w doktrynie<sup>5</sup>, przeprowadzenie rozprawy ma charakter fakultatywny, należy zatem do sfery uznania Prezesa UOKiK, a podstawowym kryterium w tym zakresie jest przyspieszenie lub uproszczenie postępowania. W doktrynie wskazuje się nadto, że obowiązek wyznaczenia rozprawy może mieć miejsce jedynie w przypadku, gdy jest to potrzebne dla wyjaśnienia sprawy przy udziale świadków lub biegłych albo w drodze oględzin. Prezes Urzędu ocenił, iż w niniejszej sprawie nie zaistniała konieczność przeprowadzenia rozprawy. Należy bowiem wskazać, że istotą rozpatrywanej sprawy jest ocena, czy ww. podmioty założyły, prowadziły lub propagowały system promocyjny typu piramida. Prezes UOKiK dokonał niniejszej oceny działalności Przedsiębiorców pod tym kątem na podstawie dostępnych dowodów, szczególnie Planu Marketingowego FutureNet i zasad funkcjonowania platformy reklamowej FutureAdPro oraz sposobu, w jaki w ich ramach dokonywane są zakupy jednego z Pakietów (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) lub jednego ze Statusów (od Statusu

<sup>5</sup> T. Skoczny, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2014.



II do Statusu V). W tym kontekście należy zwrócić uwagę, że materiał dowodowy zgromadzony w niniejszej sprawie, na który składają się m.in. stosowane przez Przedsiębiorców i opisane w Planie Marketingowym reguły funkcjonowania FutureNet oraz FutureAdPro w relacji z konsumentami oraz wyjaśnienia Przedsiębiorców złożone w toku postępowania, są w ocenie Prezesa UOKiK wystarczające dla dokonania tego rodzaju oceny, stąd przeprowadzenie rozprawy nie przyczyniłoby się do przyspieszenia czy uproszczenia postępowania. Co więcej, Prezes Urzędu w niniejszej decyzji uwzględnił już okoliczności, które BCU chciałby przedstawić w trakcie ewentualnej rozprawy, uznając, że praktyki będące przedmiotem zarzutów zostały już zaniechane.

W pozostałym zakresie pismo z dnia 27 kwietnia 2020 r. przedsiębiorcy zostało uwzględnione.

Natomiast, złożone po wyznaczonym terminie, wnioski przedsiębiorcy: o umorzenie postępowania, dotyczące zebranego w sprawie materiału dowodowego czy dotyczące stanowiska przedsiębiorcy w sprawie, zawarte w piśmie z dnia 22 czerwca 2020 r., jako bezzasadne, nie zostały uwzględnione.

Prezes Urzędu wskazuje przy tym, że załączniki tego pisma nie spełniają przesłanek z art. 51 ust. 1-3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym dowodem z dokumentu w postępowaniu przed Prezesem Urzędu może być tylko oryginał dokumentu lub jego kopia poświadczona np. przez organ administracji publicznej, notariusza, adwokata, radcę prawnego lub upoważnionego pracownika przedsiębiorcy. Dowodem w postępowaniu przed Prezesem Urzędu jest dokument sporządzony w języku polskim. Jeżeli dokument został sporządzony w języku obcym, należy przedłożyć także poświadczone przez tłumacza przysięgłego tłumaczenie na język polski tego dokumentu albo jego części mającej stanowić dowód w sprawie.

Oba załączone dokumenty są w języku angielskim, natomiast dołączone ich tłumaczenia nie spełniają ww. kryteriów dowodu w postępowaniu przed Prezesem Urzędu.

Co więcej jeden z dokumentów ma potwierdzać wygaśnięcie licencji na prowadzenie działalności gospodarczej z dniem 3 maja 2020 r., podczas gdy drugi z przekazanych przez Przedsiębiorcę dokumentów jest oświadczeniem managera BCU datowanym na dzień 21 maja 2020 r., a więc zostało złożone już po domniemanej dacie wygaśnięcia licencji.

Mając na uwadze okoliczności faktyczne sprawy orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

#### **Ad pkt II. sentencji decyzji - środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów:**

[53] Zgodnie z art. 27 ust. 4 w związku z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu lub w przypadku stwierdzenia przez Prezesa Urzędu zaniechania stosowania praktyki, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do określonych działań, w tym do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Istotą opisywanych w niniejszej decyzji praktyk są działania o charakterze nieuczciwych praktyk rynkowych, stosowanie których doprowadziło do naruszenia interesu ekonomicznego konsumentów i to w sposób istotny, dlatego, zdaniem Prezesa UOKiK, zasadnym jest poinformowanie konsumentów przez Przedsiębiorcę o tych nieuczciwych praktykach. Jednocześnie zobowiązanie do złożenia oświadczenia musi pozostawać w związku z rozpatrywanym naruszeniem, z tych też powodów Prezes Urzędu zobowiązał BCU do złożenia oświadczenia informującego o niniejszej decyzji w postaci komunikatu emitowanego na portalu internetowym YouTube, przy czym oświadczenie to powinno być dostępne na tym portalu przez okres 3 miesięcy



(następujących bezpośrednio po upływie terminu 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji), w formie filmu o długości co najmniej 40 sekund, które:

➤ w warstwie wizualnej zawierać będzie poniższą informację:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr RGD - 4/2020 uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania:

- B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie),
- „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina), polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu:

1. systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z Pakietów przewidzianych w Planie Marketingowym, będącym częścią regulaminu określającego warunki świadczenia usług portalu (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida;
  2. systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonuje wykupu jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona jest przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida;
- i stwierdził zaniechanie stosowania tych praktyk.

Zgodnie z decyzją każdemu konsumentowi, który korzystał z możliwości zarabiania na zasadach Planu Marketingowego FutureNet lub w ramach platformy reklamowej FutureAdPro i dokonał zakupu jednego z Pakietów (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) lub jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V) przysługuje prawo wystąpienia do B C U Trading LLC na adres [przedsiębiorca uzupełnia ten fragment komunikatu o znajdujący się w Polsce adres pocztowy (także poczty elektronicznej) do przesyłania stosownej korespondencji] o zwrot części uiszczonej opłaty za ww. Pakiety lub Statusy, pozostałej po potrąceniu wynagrodzenia wypłaconego danemu konsumentowi w postaci prowizji za wprowadzenia nowych członków do systemu.

Treść decyzji nr RGD - 4/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)”.

Tekst komunikatu powinien być widoczny, czytelny, nieruchomy, widoczny przez cały czas, gdy użytkownik zapoznaje się z jego treścią (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera). Powinien być umieszczony poziomo, wyjustowany, napisany czcionką czarną (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL o wielkości umożliwiającej swobodne zapoznanie się z tą informacją, na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) w taki sposób, aby treść komunikatu w całości wypełniała ramkę widoku filmu, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony w trybie domyślnym funkcjonowania serwisu YouTube.

W opisie znajdującym się bezpośrednio pod ww. filmem należy umieścić czcionką domyślną wynikającą z funkcjonowania serwisu YouTube:

- treść ww. komunikatu, przy czym fragment „Treść decyzji nr RGD - 4/2020 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)” ma stanowić hipertączę prowadzące do strony internetowej [https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec\\_prez.nsf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf),
  - następującą informację zawierającą znaczniki internetowe w formie hashtagów: „#FutureNet, #FutureAdPro”, #UOKiK, #decyzjaUOKiK, #piramida”;
- w warstwie dźwiękowej zawierałoby komunikat, odczytany w sposób wyraźny przez lektora, o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju oraz „FUTURENET UKRAINE” LLC z siedzibą we Lwowie polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet i systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro które stanowiły systemy promocyjne typu piramida i stwierdził zaniechanie stosowania tych praktyk ”

przy czym czas trwania przekazu tej informacji nie może być krótszy niż 30 sekund;

Konsumenci zachęteni możliwością uzyskania dodatkowych korzyści przeznaczyli na zakup pakietów lub statusów oferowanych przez BCU swoje środki finansowe i dodatkowo wprowadzili do systemów również inne osoby, które także wydały swoje pieniądze na zakup danego produktu Przedsiębiorców. W wyniku praktyk Przedsiębiorców wielu konsumentów mogła nie tylko nie uzyskać dodatkowych dochodów ze swoją aktywności ale nawet stracić środki, które zainwestowali, dlatego Prezes Urzędu zobowiązał BCU do dokonania zwrotu każdemu konsumentowi, który korzystał z możliwości zarabiania na zasadach Planu Marketingowego FutureNet lub w ramach platformy reklamowej FutureAdPro i dokonał zakupu jednego z pakietów (Pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) lub jednego ze Statusów (od Statusu II do Statusu V), uiszczonej opłaty za ww. pakiety lub statusy, po potrąceniu wynagrodzenia wypłaconego danemu konsumentowi w postaci prowizji za wprowadzenia nowych członków do systemu.

Zwrot środków ma być dokonany przez B C U Trading LLC z siedzibą w Dubaju w terminie 30 (trzydziestu) dni od otrzymania wniosku konsumenta w tej sprawie od otrzymania stosownego wniosku uprawnionego konsumenta przesłanego Przedsiębiorcy na ustanowiony przez niego i znajdujący się w Polsce adres pocztowy (także poczty elektronicznej).

W tym stanie rzeczy, orzeczono jak w punkcie II sentencji decyzji.

#### **Ad pkt III. sentencji decyzji - koszty postępowania:**

[54] Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 ww. ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, obowiązany jest ponieść koszty postępowania. Podobnie w treści przepisu art. 264 § 1 k.p.a. wprowadzono wymóg, zgodnie z którym 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. Stosownie natomiast do dyspozycji przepisu art. 263 § 1 k.p.a. - do kosztów postępowania zalicza się (...) również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. W wyniku wszczętego z urzędu postępowania poprzedzającego wydanie przedmiotowej decyzji, zgodnie z punktem I jej sentencji, Prezes Urzędu, stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, co uzasadnia zobowiązanie strony do zapłaty kosztów postępowania. Kosztami postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną w jego toku z BCU, których wysokość kształtuje się na poziomie 57,60 zł.

W związku z powyższym postanowiono obciążyć BCU kosztami w wysokości 57,60 zł (słownie: pięćdziesiąt siedem złotych 60/100).

Na podstawie art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 uokik Prezes UOKiK wyznaczył stronie termin **14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji** na uiszczenie

ww. kosztów postępowania, które należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa:

**NR 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.**

Wobec powyższego, orzeczono jak w punkcie III sentencji decyzji.

#### **POUCZENIA:**

- I. Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity: Dz. U. 2019 poz. 1460) od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia**, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.
- II. W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie II niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2020 poz. 256 ze zmianami) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy i w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity: Dz. U. 2019 poz. 1460), należy wnieść zażalenie 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 Gdańsku w terminie **tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.**
- III. 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 2020 r. poz. 755), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.
- IV. Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r. poz. 755), zażalenie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.
- V. Zgodnie z 103 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r. poz. 755), 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. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.
- VI. Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r. poz. 755), 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.
- VII. Stosownie do treści art. 117 § 1, 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia 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. 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 wykáže, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu  
Roman Jarząbek  
Dyrektor delegatury UOKiK w Gdańsku

