



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

Poznań, 23 grudnia 2022r.

RPZ.610.5.2022.JM

DECYZJA nr RPZ 11/2022

Po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu,

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021r. poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, działania PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu polegające na zamieszczaniu w materiałach reklamowych nieprawdziwych informacji, mogących wprowadzać konsumentów w błąd co do pewności uzyskania wysokich zysków z inwestycji w oferowane przez PHI Wierzytelności Sp. z o.o. wierzytelności przyszłe o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych, nabyte od innego podmiotu oraz bezpieczeństwa tej inwestycji, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 14 stycznia 2022r.

II. na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów** w postaci zamieszczenia, na koszt Spółki, na głównej stronie internetowej Spółki (w dacie wydania decyzji jest to strona <https://www.phiwierzytelnosci.pl>), nie później niż w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywania przez okres 3 (trzech) miesięcy, komunikatu o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzją nr RPZ 11/2022 z dnia 23 grudnia 2022r. uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu polegające na zamieszczaniu w materiałach reklamowych nieprawdziwych informacji, mogących wprowadzać konsumentów w błąd co do pewności uzyskania wysokich zysków z inwestycji w oferowane przez PHI Wierzytelności Sp. z o.o. wierzytelności przyszłe o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych, nabyte od innego podmiotu oraz bezpieczeństwa tej inwestycji, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów.



Ww. decyzja jest prawomocna. Decyzja została udostępniona na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.”

Komunikat w warstwie wizualnej powinien być:

- a) zamieszczony w górnej części głównej strony internetowej Spółki (w dacie wydania decyzji jest to strona <https://www.phiwierzytelnosci.pl>)
- b) sporządzony czcionką w kolorze czarnym (kod szesnastkowy RGB -#000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),
- c) zamieszczony w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 1150 px x 350 px tak, aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki (tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z zachowaniem marginesu co najmniej 10 px pomiędzy tekstem a ramką),
- d) widoczny przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (nie może mieć formy np. rotacyjnego banera czy slajdera), z możliwością jego zamknięcia przez użytkownika strony poprzez kliknięcie krzyżyka w prawym górnym rogu
- e) zamieszczony na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres <https://www.phiwierzytelnosci.pl>, w przypadku zmiany adresu strony internetowej Spółki.
- f) zamieszczony przez lub za pośrednictwem PHI Wierzytelności Sp. z o.o. bądź jej następcy prawnego, ze wskazaniem poprzedniej i nowej firmy- w przypadku zmiany firmy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem.

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, **karę pieniężną** w wysokości 112.539 zł (słownie: sto dwanaście tysięcy pięćset trzydzieści dziewięć zł), płatną do budżetu państwa

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2022r. poz. 2000) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanawia obciążyć PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w wysokości 45,30 zł (słownie: czterdzieści pięć złotych 30/100 zł) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy działania PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (dalej: Spółka) związane z oferowaniem konsumentom wierzytelności odszkodowawczych oraz podmiotów współpracujących z ww. Spółką, zaangażowanych w proces oferowania tej inwestycji, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy.

W toku postępowania Spółka sprecyzowała, że nie zawiera z żadnymi podmiotami trzecimi umów dotyczących wierzytelności odszkodowawczych *sensu stricte*, ale oferuje wierzytelności przyszłe o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych, należne [usunięto]. Spółka wskazała, że zawiera z klientami umowy przelewu tych wierzytelności. Spółka odwołała się jednocześnie do wcześniejszych wyjaśnień złożonych przez [usunięto], opisujących model wierzytelności. Jak ustalono, Spółka nabyła od [usunięto] przedsiębiorstwo w rozumieniu art. 55¹ Kodeksu cywilnego, stając się stroną zawartych przez ten podmiot umów przelewu wierzytelności z konsumentami.

Spółka poinformowała m.in., że oferując inwestycje w ww. wierzytelności przyszłe, wykorzystywała te same materiały reklamowe, którymi wcześniej postugiwała się [usunięto]. W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu o przekazanie wzorów stosowanych materiałów reklamowych i promocyjnych dotyczących tych wierzytelności, Spółka poinformowała, że wszelkie wzory materiałów zostały przedłożone wraz z pismem z dnia 29 września 2020r. Spółka powołała się zatem na załączniki do pisma [usunięto]. Spółka wyjaśniła, że na przekazanych materiałach dokonywała ręcznie zmian, poprzez doklejanie zmienionej nazwy- w miejsce [usunięto] wpisywano „PHI Wierzytelności sp. z o.o.”. Spółka zaznaczyła także, że jeżeli materiały były przekazywane, to jednocześnie z ich wręczeniem omawiano, jaki podmiot jest cedentem zbywanej wierzytelności.

Przedmiotem analizy i oceny Prezesa Urzędu w prowadzonym postępowaniu wyjaśniającym były tym samym: plakat, rollup i broszura dostarczone przez [usunięto], które zgodnie z informacjami Spółki, były przez nią wykorzystywane jako materiały własne po zmianie nazwy, do czasu ich wyczerpania.

W wyniku analizy wymienionych materiałów, postanowieniem z dnia 15 czerwca 2022r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na zamieszczaniu w materiałach reklamowych nieprawdziwych informacji, mogących wprowadzać konsumentów w błąd co do pewności uzyskania wysokich zysków z inwestycji w oferowane przez Spółkę wierzytelności przyszłe o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych, nabyte od innego podmiotu oraz bezpieczeństwa tej inwestycji. Prezes Urzędu stwierdził, że zakwestionowane działania Spółki mogą stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) i godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu ww. postępowania, pismem z dnia 10 października 2022r. Spółka odniosła się do charakteru oferty w wierzytelności przyszłe oraz przedstawiła stanowisko w kwestii postawionego jej zarzutu, zastrzegając, że „gdy mowa jest o Spółce, należy przez to rozumieć także spółkę [usunięto], której zorganizowana część przedsiębiorstwa została przeniesiona do Spółki”.

Spółka wskazała, że oferowane przez nią wierzytelności przyszłe zostały nabyte od [usunięto], zajmującej się dochodzeniem od jednostek samorządu terytorialnego odszkodowań z tytułu zaległych dotacji na rzecz placówek oświatowych, tj. przedszkoli i szkół niepublicznych. Spółka zaznaczyła, że każda umowa, którą zawarła z [usunięto] posiada załączoną opinię prawną co do wartości przyszłej wierzytelności oraz szacowanego czasu powstania wierzytelności przyszłej. Spółka poinformowała, że wynagrodzenie należne [usunięto] (za uzyskanie prawomocnego orzeczenia sądu zasądającego dotację podmiotowo-celową od jednostki samorządu terytorialnego na rzecz organu prowadzącego niepubliczną placówkę oświatową lub za uznanie długu przez jednostkę samorządu terytorialnego) było określane w umowie zawartej z organem prowadzącym daną placówkę jako określony procent uzyskanego w przyszłości odszkodowania. Spółka podkreśliła też, że zawarte z konsumentami umowy przelewu wierzytelności wraz ze zobowiązaniem cedenta przewidują, że Spółka (cedent) przelewa daną wierzytelność przyszłą, opisaną w umowie i załączniku, stanowiącą określony procent wynagrodzenia należnego [usunięto], na rzecz cesjonariusza, a cesjonariusz nabywa tę wierzytelność na zasadach i za cenę określoną w umowie. Jak wskazała, cesjonariusz nabywa wierzytelność przyszłą za cenę stanowiącą równowartość [usunięto]% ostatecznej wartości wierzytelności przyszłej (zależnej od kwoty wynagrodzenia należnego [usunięto]), przy czym w dniu zawarcia umowy cesjonariusz był zobowiązany uiszczyć na poczet ceny kwotę stanowiącą równowartość [usunięto]% wierzytelności przyszłej. Zapłata pozostałej części ceny następuje przez jej potrącenie z wierzytelności przyszłej należnej cesjonariuszowi, po wpływie wynagrodzenia od organu prowadzącego placówkę na rachunek [usunięto], a następnie Spółki. Spółka zwróciła ponadto uwagę, że za czas od dnia podpisania umowy przez 2,5 roku wypłaca

cesjonariuszowi co 3 miesiące oprocentowanie od zapłaconej części ceny, w wysokości 6% lub 7% w skali roku. Spółka zaznaczyła, że kwota oprocentowania pomniejsza kwotę wynagrodzenia cesjonariusza, stanowiącego różnicę pomiędzy kwotą ostateczną wierzytelności przyszłej a kwotą całkowitej ceny nabycia wierzytelności przyszłej, jednakże w przypadku, gdy postępowanie sądowe nie zakończy się zasądzeniem odszkodowania, a zatem [usunięto] nie otrzyma wynagrodzenia, cesjonariusz nie jest zobowiązany do zwrotu wypłaconego oprocentowania.

Spółka wyjaśniła, że pozyskiwała cesjonariuszy poprzez osobiste kontakty podmiotów współpracujących. Spółka wskazała, że na spotkaniu odbywającym się w jednym z biur spółek z grupy na terenie Polski lub w miejscach prowadzenia działalności przez podmioty współpracujące przekazywała ogólną prezentację dotyczącą wierzytelności oraz projekt umowy, który był omawiany z cesjonariuszem i dostosowywany do jego potrzeb i oczekiwań, tj. negocjowany indywidualnie. Spółka stwierdziła, że strona internetowa www.phiwierzytelności.pl nie stanowiła źródła pozyskiwania cesjonariuszy, natomiast w biurach spółek z grupy prezentowana była informacja o wierzytelnościach w formie plakatu i rollup. Spółka poinformowała również, że nie prowadziła kampanii marketingowych w Internecie, radiu czy telewizji. Jak dodatkowo zauważyła, w projekcie umowy, który był przekazywany potencjalnym cesjonariuszom na spotkaniu wskazano, że dotacja jest sporna tak co do zasady, jak i wysokości, zatem powstanie i wysokość wierzytelności przyszłej należnej cesjonariuszowi nie są pewne, a cedent nie gwarantuje i nie ponosi odpowiedzialności za termin zakończenia sprawy. Spółka podniosła, że zawierane z cesjonariuszami umowy są umowami cywilnoprawnymi, których treść proponowana była osobie zainteresowanej jej zawarciem i z nią uzgadniana. Pytania od potencjalnych cesjonariuszy, w szczególności dotyczące postanowień w umowie i rozliczeń, omawiane były telefonicznie lub mailowo. Spółka zapewniła, że materiały reklamowe nigdy nie były cesjonariuszom przedstawiane bez jednoczesnego przedstawienia warunków nabycia wierzytelności. Spółka poinformowała poza tym, że nie prowadzi obecnie żadnych działań marketingowych w związku ze sprzedażą ww. wierzytelności.

W odniesieniu do postawionego zarzutu, Spółka uznała m.in., że zwroty takie jak „Potencjał zysku nawet 18% w skali roku”, „Wysoki potencjał (...)”, „przy uzyskaniu wymagalności roszczenia na poziomie wartości nominalnej stopa zwrotu może wynieść nawet 27%”, „w przypadku wygranej (...)” nie wskazują na pewność uzyskania wysokich zysków, a na wysokość potencjalnych, możliwych do uzyskania zysków. Spółka uznała również, że sformułowanie dotyczące gwarancji zysku i wypłaty oprocentowania w wysokości 6% w skali roku w częstotliwości kwartalnej, odnosi się do faktu wypłaty cesjonariuszowi odsetek w wysokości określonej w umowie, których zwrotu Spółka nie dochodzi od cesjonariusza w razie oddalenia powództwa. Z kolei stwierdzenia wskazujące, że „roszczenie kierowane jest do pewnego płatnika, jakim jest jednostka samorządu terytorialnego” a „wysokość zasądzzonego odszkodowania nie ma charakteru uznaniowego” wynika z faktu, że dotacje obliczane są wedle określonych ustawowo zasad. Spółka wyjaśniła jednocześnie, że przez bezpieczeństwo transakcji rozumie fakt, że cesjonariusz w żadnym ze scenariuszy nie straci wpłaconej części ceny. Spółka podniosła, że nie jest prawdą, że w razie przegrania sporu sądowego, które skutkować będzie niezasądzeniem odszkodowania (a zatem także nieuzyskaniem wynagrodzenia przez [usunięto]), konsument może jedynie po upływie 2,5 roku od dnia zawarcia umowy, jednostronnie rozwiązać umowę i domagać się od niej zwrotu wpłaconej kwoty. Spółka odwołała się do § 3 ust. 4 umowy przelewu wierzytelności, na podstawie którego dokonuje zwrotu konsumentowi nadwyżki w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się orzeczenia lub uznania długu (w przypadku niezasądzenia odszkodowania Spółka dokonuje zwrotu wpłaconej kwoty). Możliwość jednostronnego rozwiązania umowy Spółka uznała za dodatkowe uprawnienie konsumenta. Spółka wskazała, że przewiduje też możliwość akceptacji jednostronnego rozwiązania przez cesjonariuszy będących konsumentami umów przelewu wierzytelności przed upływem 2,5 roku od dnia podpisania danej umowy, z czym wiązać będzie się

konieczność zwrotu przez nią całkowitej kwoty wpłaconej przez cesjonariusza, bez obowiązku zwrotu wypłaconego oprocentowania.

W konsekwencji Spółka stwierdziła, że z materiałów reklamowych (w połączeniu z przedstawianym cesjonariuszom projektem umowy oraz objaśnieniami pracowników/współpracowników Spółki podczas spotkania z konsumentami) wynika, że uzyskanie wierzytelności przyszłej jest uzależnione od przeprowadzenia postępowania sądowego, którego wynik może nie być korzystny dla placówki dochodzącej zaległych dotacji oraz że Spółka nie ma żadnego wpływu na przebieg postępowania sądowego. Zdaniem Spółki, nie można więc uznać, że zamieszczała w materiałach reklamowych nieprawdziwe informacje, mogące wprowadzać konsumentów w błąd co do pewności uzyskania wysokich zysków z inwestycji w oferowane wierzytelności przyszłe o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych, nabyte od innego podmiotu oraz bezpieczeństwa tej inwestycji.

Spółka wniosła jednocześnie, w razie uznania przez Prezesa Urzędu, że istnieją podstawy do wydania rozstrzygnięcia merytorycznego, o wydanie decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Spółka zaproponowała, że zobowiąże się do przeprowadzenia, w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się ww. decyzji, e-mailowej kampanii informacyjnej skierowanej do tych konsumentów, którzy zawarli z nią umowy przelewu wierzytelności przyszłej o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych i brak jest, na dzień uprawomocnienia się decyzji, prawomocnego zakończenia sprawy sądowej, w której przedstawi informacje o decyzji oraz możliwe scenariusze, w tym negatywne dla konsumenta, zakończenia postępowania sądowego. W załączeniu do skierowanego do konsumentów e-maila Spółka zobowiązała się do przestać informacje o przykładach reprezentatywnych dotyczących zawartej umowy, przedstawiające możliwe scenariusze zakończenia postępowania sądowego oraz informację o ryzykach związanych z umową przelewu wierzytelności. Spółka przedłożyła treść proponowanych przykładów reprezentatywnych- dla umów z oprocentowaniem w wysokości 6% w skali roku oraz dla umów z oprocentowaniem w wysokości 7% w skali roku. Spółka przedłożyła także informację o ryzykach związanych z umową przelewu wierzytelności. Ponadto Spółka zobowiązała się do zamieszczenia na swojej stronie internetowej www.phiwierzytelności.pl komunikatu o decyzji zobowiązującej wraz z ww. przykładami reprezentatywnymi i informacją o ryzykach związanych z umową przelewu wierzytelności.

W trakcie postępowania Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę, zgodnie z art. 73 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, o zaliczeniu w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu: materiału postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RPZ.403.10.2020.JM poprzedzającego jego wszczęcie oraz prezentacji, rollupu i plakatu stanowiących załączniki nr 4 do pisma **[usunięto]**.

Pismem z dnia 2 grudnia 2022r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z nim i złożenia dodatkowych wyjaśnień. W ww. piśmie Prezes Urzędu poinformował również o planowanym nieuwzględnieniu wniosku Spółki o wydanie decyzji zobowiązującej.

Spółka zapoznała się ze zgromadzonym materiałem dowodowym w dniu 8 grudnia 2022r. Pismem z dnia 12 grudnia 2022r. Spółka złożyła dodatkowe wyjaśnienia. Spółka podniosła m.in. w odniesieniu do znajdującej się w aktach sprawy informacji Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce o odnotowaniu jej zeznania podatkowego CIT-8 za 2021r. z przychodem w wysokości **[usunięto]**, że nie miała wiedzy o braku złożenia korekty ww. zeznania przez pracowników biura rachunkowego prowadzącego jej księgowość, w związku ze złożeniem korekty sprawozdania finansowego za 2021r. Spółka poinformowała, że niezwłocznie złożyła stosowną korektę tego zeznania, w którym wykazano przychód w wysokości **[usunięto]**, na dowód czego przedłożyła potwierdzenie przesłania korekty zeznania do Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce. Spółka ponownie podkreśliła, że w 2021r. osiągnęła obrót, obliczony zgodnie z art. 106 ust. 3 pkt 1 ustawy

o ochronie konkurencji i konsumentów jako suma przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat, w wysokości [usunięto] (suma pozycji: przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi: -[usunięto] oraz pozycji: pozostałe przychody operacyjne: [usunięto]). Spółka podtrzymała ponadto deklarację co do ugodowego zakończenia sporu i gotowości do modyfikacji treści złożonego zobowiązania zgodnie z oczekiwaniami Prezesa Urzędu.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Spółka pod firmą: PHI Wierzytelności Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000839343 w dniu 28 kwietnia 2020r. (dowód: odpis z rejestru KRS- k. 992-994 akt).

W dniu 16 września 2020 r. Spółka zawarła z [usunięto] umowę przyrzeczoną sprzedaży prowadzonego przez [usunięto] przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 55¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r.- Kodeks cywilny, obejmującą ogół składników majątkowych i niemajątkowych przedsiębiorstwa. Umowa została zawarta w wykonaniu umowy przedwstępnej z dnia 21 lipca 2020 r., obejmującej swym zakresem m.in. prawa i obowiązki wynikające z zawartych umów przelewu wierzytelności, dokumenty i bazy danych oraz wszelkie inne elementy stanowiące know-how związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa sprzedającego (dowód: wydruk sprawozdania Zarządu Spółki z działalności w roku obrotowym 2020 ze strony internetowej https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df- k.1046-1050 akt).

Spółka stała się tym samym stroną umów przelewu dotyczących wierzytelności przyszłych o wynagrodzenie z tytułu prowadzonych spraw odszkodowawczych należnych [usunięto], zawartych z konsumentami przez [usunięto]. Po nabyciu przedsiębiorstwa Spółka oferowała konsumentom ww. wierzytelności w imieniu własnym. Spółka zawierata z konsumentami umowy w oparciu o ten sam wzorzec umowy, który wykorzystywał jej poprzednik prawny, tj. [usunięto], o nazwie: „umowa przelewu wierzytelności nr ... wraz ze zobowiązaniem cedenta” (dowód: pisma Spółki z dnia: 12 listopada 2020r. i 31 stycznia 2022r.- k. 20-23 i 976 akt, wzorzec ww. umowy- k. 977-979 akt, umowy przelewu wierzytelności wraz ze zobowiązaniem cedenta zawarte z konsumentami przez [usunięto] oraz Spółkę- k. 47-61, 64-68, 74-76, 80-82, 84-86, 88-90, 93-96, 237-386, 392-902, 907-974 akt).

Oferowane przez Spółkę wierzytelności przyszłe zostały nabyte od [usunięto] (tzw. cedenta pierwotnego), zajmującej się dochodzeniem od jednostek samorządu terytorialnego odszkodowań z tytułu zaległych dotacji na rzecz placówek oświatowych, tj. przedszkoli i szkół niepublicznych. Wynagrodzenie należne [usunięto] za uzyskanie prawomocnego orzeczenia sądu zasądzającego dotację podmiotowo-celową od jednostki samorządu terytorialnego na rzecz organu prowadzącego niepubliczną placówkę oświatową lub za uznanie długu przez jednostkę samorządu terytorialnego było określane w umowie zawartej z organem prowadzącym daną placówkę jako określony procent uzyskanego w przyszłości odszkodowania (dowód: pismo Spółki z dnia 10 października 2022r.- k. 1005-1007 akt, wzorzec umowy przelewu wierzytelności nr ... wraz ze zobowiązaniem cedenta- k. 977-979 akt, umowy przelewu wierzytelności zawarte z konsumentami zgodnie z ww. wzorcem- k. 47-61, 64-68, 74-76, 80-82, 84-86, 88-90, 93-96, 237-386, 392-902, 907-974 akt).

Zawarte z konsumentami umowy przelewu wierzytelności przewidują m.in., że cedent, czyli Spółka (wcześniej [usunięto]), przelewa daną wierzytelność przyszłą, opisaną w umowie i załączniku, na rzecz cesjonariusza, a cesjonariusz nabywa tę wierzytelność na zasadach i za cenę zakupu określoną w umowie (załącznikiem nr 1 do umowy była poświadczona kopia załącznika do umowy zawartej przez cedenta z cedentem pierwotnym, czyli [usunięto], tj. opis cedowanej wierzytelności przyszłej). W umowach wskazano, że cesjonariusz nabywa wierzytelność przyszłą za cenę stanowiącą równowartość [usunięto]% ostatecznej wartości tej wierzytelności, tj. kwoty wynagrodzenia należnego [usunięto]. W dniu zawarcia umowy cesjonariusz był zobowiązany uiścić na poczet ceny kwotę

stanowiącą równowartość [usunięto]% wierzytelności przyszłej. Zgodnie z umową, rozliczenie pozostałej części ceny nastąpi przez jej potrącenie z wynagrodzeniem należnym cesjonariuszowi, po wpływie wynagrodzenia od organu prowadzącego placówkę na rachunek Spółki lub [usunięto]. Kwota stanowiąca równowartość [usunięto]% wierzytelności przyszłej jest traktowana przez Spółkę jako zaliczka na poczet ceny.

Z umów przelewu wierzytelności wynika ponadto, że za czas od dnia podpisania umowy przez okres 2,5 roku cedent zobowiązał się wypłacać cesjonariuszowi co 3 miesiące oprocentowanie od zapłaconej części ceny, w wysokości 6% w skali roku lub 7% w skali roku. Terminarz wypłaty oprocentowania, wskazujący datę i kwoty wypłat z tego tytułu stanowił załącznik 2 do umowy. W umowach przewidziano jednocześnie, że wartość wypłaconego oprocentowania umniejsza kwotę należnego cesjonariuszowi wynagrodzenia (dowód: wzorzec umowy przelewu wierzytelności nr ... wraz ze zobowiązaniem cedenta- k. 977-979 akt, umowy przelewu wierzytelności zawarte z konsumentami zgodnie z postanowieniami ww. wzorca- k. 47-61, 64-68, 74-76, 80-82, 84-86, 88-90, 93-96, 237-386, 392-902, 907-974 akt, pismo Spółki z dnia 12 listopada 2020r.- k. 20-23 akt).

Oferując inwestycje w ww. wierzytelności przyszłe, Spółka wykorzystywała te same materiały reklamowe, którymi wcześniej posługiwała się [usunięto]. W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu o przekazanie wzorów stosowanych materiałów reklamowych i promocyjnych dotyczących tych wierzytelności, Spółka poinformowała, że wszelkie wzory materiałów zostały przedłożone wraz z pismem z dnia 29 września 2020r. Spółka powołała się tym samym na załączniki do pisma [usunięto]. Z wyjaśnień Spółki wynika, że na przekazanych materiałach dokonywała ręcznie zmian, poprzez doklejanie zmienionej nazwy- w miejsce [usunięto] wpisywano „PHI Wierzytelności sp. z o.o.”. Jeżeli materiały były przekazywane, to jednocześnie z ich wręczeniem omawiano, jaki podmiot jest cedentem zbywanej wierzytelności (dowód: pisma Spółki z dnia: 12 listopada 2020r. i 17 marca 2021r.- k. 20-23 i 38-40 akt).

Jak ustalono, plakat i rollup mają tożsamą treść i formę graficzną. Zamieszczono na nich hasła: „PHI Wierzytelności Inwestuj z gwarancją zysku i kapitału” oraz „Potencjał zysku nawet 18% w skali roku”. Pod częścią oznaczoną jako „Główne walory inwestycji” wskazano m.in. (podkreślenia jak w materiałach):

„Gwarancja zysku

PHI Wierzytelności S.A. wypłaci Inwestorowi oprocentowanie w wysokości 6% w skali roku, w częstotliwości kwartalnej. Stanowi to gwarancję minimalnego zysku na poziomie 15% w ciągu 2,5 roku

Wysoki potencjał

Przy uzyskaniu wymagalności nominalnej wartości roszczenia Inwestor otrzymuje zysk w wysokości 27% powiększony o udział w odsetkach, naliczanych od dnia powstania roszczenia lub dnia złożenia powództwa do zakończenia postępowania

Gwarancja kapitału

Współpracując ze spółką PHI Wierzytelności S.A. Inwestor otrzymuje gwarancję, że jeżeli w terminie 2,5 roku od podpisania umowy i wpłaty kapitału nie uzyska uznania na rachunku z tytułu nabytej wierzytelności, np. z uwagi na czas toczącego się postępowania sądowego, na wniosek Inwestora PHI Wierzytelności S.A. odkupi w/w aktywa po cenie nabycia

Profesjonalna obsługa

Inwestor otrzymuje możliwość pomnożenia kapitału na zasadach dotychczas dostępnych wyłącznie dla podmiotów profesjonalnych, zajmujących się wierzytelnościami odszkodowawczymi. Zabezpieczenie prawne w dochodzeniu roszczeń zapewnia kancelaria LEXBRIDGE Groński Adwokaci i Radcowie Prawni sp.k., stanowiąca część Grupy Kapitałowej

Auxilia S.A. Zespół doświadczonych prawników czuwa nad określeniem wymagalności roszczenia oraz prawidłowym przeprowadzeniem postępowania”.

(dowód: plakat i rollup prezentujące ofertę- k. 989-990 akt)

W broszurze zatytułowanej „Wierzytelności odszkodowawcze. Grupa PHI S.A.”, pod wyróżnionymi większą czcionką tytułami:

Wierzytelności odszkodowawcze- wskazano: „Wierzytelności odszkodowawcze w sektorze komercyjnym stanowią zyskowne aktywo inwestycyjne, wprowadzane jako nowatorskie, jednocześnie pewne i bezpieczne rozwiązanie, przy współpracy PHI Wierzytelności S.A. ze spółką Auxilia S.A.”

Roszczenia odszkodowawcze z tytułu niewypłaconych dotacji- wyjaśniono w wyodrębnionej ramce, że: „Niepubliczne placówki edukacji wczesnoszkolnej i przedszkolnej na mocy ustawy o finansowaniu zadań oświatowych, zawartych w rozdziale 3 ustawy z dnia 27 października 2017r. (Dz.U. 2017r., poz. 2203, z późn. zm.) mają prawo ubiegać się o dotacje przekazywane przez jednostki samorządu terytorialnego. Osobne przepisy regulują subwencje oświatowe przekazywane na rzecz placówek publicznych oraz dotacje dla szkół i placówek niepublicznych. Obliczenie wysokości dotacji na niepubliczne placówki wychowania przedszkolnego opiera się o tzw. podstawową kwotę dotacji, wskazującą na wydatki samorządu na publiczne placówki wychowania przedszkolnego oraz statystyczną liczbę uczniów”. Poniżej zaznaczono: „Należy zwrócić uwagę, że w przypadku wierzytelności odszkodowawczych opartych o nierozliczone dotacje na podstawie ustawy o finansowaniu oświatowym, roszczenie jest kierowane do pewnego płatnika, jakim jest jednostka samorządu terytorialnego. Znaczącym argumentem wskazującym na prawidłowe określenie wymaganej kwoty roszczenia jest obliczanie kwoty niewypłaconych dotacji, na podstawie mierzalnych parametrów. W tym przypadku wysokość zasądzanego odszkodowania nie ma charakteru uznaniowego”.

Źródło wierzytelności- wskazano:

ŹRÓDŁO WIERZYTELNOŚCI



placówka
oświatowa

Powstanie roszczenia z tytułu zaległej dotacji, na podstawie ustawy oraz uchwały Rady Miasta lub Gminy, wobec dłużników (jednostek samorządu terytorialnego).

AUXILIA
TAKŻE NA WARTOŚĆ DOTACJI

Dochodzenie przez Auxilia S.A. na zlecenie placówki oświatowej należnych odszkodowań z tytułu niewypłaconych dotacji od jednostek samorządu terytorialnego.



PHI
WIERZYTELNOŚCI

Nabycie od Auxilia S.A. pakietów wierzytelności.



Investor

Nabycie od PHI Wierzytelności S.A. wierzytelności z 15% upustem i gwarancją wypłaty oprocentowania.

Na następnej stronie wskazano:

ROZWIĄZANIE DLA INWESTORÓW - GWARANCJA ZYSKU I KAPITAŁU

PHI Wierzytelności S.A. umożliwia zainwestowanie kapitału w oparciu o wierzytelności odszkodowawcze, gwarantując przy tym bezpieczeństwo zarówno wniesionego kapitału, jak i oprocentowania. Inwestor, nabywając wierzytelności dostaje upust cenowy od wartości nominalnej – czyli całkowitej przyszłej wartości roszczenia – na poziomie 15%. Nabycie wierzytelności ma jednak charakter zaliczkowy, w związku z czym Inwestor wpłaca jedynie 56% wartości nominalnej roszczenia.

Przy uzyskaniu wymagalności roszczenia na poziomie wartości nominalnej, stopa zwrotu może wynieść nawet 27%.

PRZYKŁAD



MOŻLIWE SCENARIUSZE ZAKOŃCZENIA SPRAWY

Ugoda

ZYSK
NAWET
27%

Ugoda jest najbardziej prawdopodobnym scenariuszem.

Gminy wiedząc, że obowiązek zapłaty nałożony jest na nich ustawowo, najchętniej wybierają ugodę, ponieważ nie muszą dodatkowo płacić odsetek ustawowych wynikających z błędnych rozliczeń i/lub opóźnień.

Wygrana

ZYSK
NAWET
27%

+

ODSETKI
USTAWOWE

W przypadku wygranej, Inwestor uzyskuje nawet 27% przy uzyskaniu nominalnej wartości roszczenia oraz udział w odsetkach ustawowych za okres od powstania roszczenia lub złożenia powództwa do końca sprawy.

Odkup wierzytelności

100%

zwrot kapitału +

15%

ZYSK

PHI Wierzytelności S.A. daje możliwość zwrotu wpłaconego kapitału po upływie 2,5 roku na wniosek Inwestora.

W okresie do 2,5 roku od dnia zainwestowania środków, Inwestorowi przysługuje oprocentowanie w wysokości 6% rocznie, wypłacane kwartalnie.

Na kolejnej stronie w 4 prostokątnych polach oznaczonych jako: *Gwarancja kapitału*, *Gwarancja zysku*, *Profesjonalna obsługa* i *Wysoki potencjał zysku* zawarto te same informacje, przytoczone powyżej, które zamieszczono pod ww. oznaczeniami na plakacie i rollupie. Na ostatniej stronie broszury opisano przedmiot działania PHI Wierzytelności S.A., w tym zasady współpracy z Auxilia (dowód: broszura informacyjna- k. 988 akt).

W ww. materiałach reklamowych pod prezentowanymi informacjami zaznaczono, że „(...) Inwestycje w instrumenty finansowe nie są zobowiązaniem ani nie są gwarantowane. Niezależnie od informacji przekazanych przez PHI Wierzytelności S.A. przed zawarciem każdej transakcji Inwestor jest zobowiązany do określenia i oceny jej ryzyka, potencjalnych korzyści oraz ewentualnych strat, jak również w szczególności charakterystyki, konsekwencji prawnych transakcji oraz konsekwencji zmieniających się czynników rynkowych” (dowód: plakat i rollup, broszura informacyjna dotyczące oferty w wierzytelności przyszłe- k. 988-990 akt).

Pismem z dnia 10 października 2022r. Spółka poinformowała, że zaprzestała stosowania kwestionowanych materiałów reklamowych dotyczących oferowanych wierzytelności przyszłych od stycznia 2022r., odwołując się do informacji zamieszczonych w jej piśmie z dnia 14 stycznia 2022r. Prezes Urzędu wezwał Spółkę do sprecyzowania daty zaprzestania stosowania ww. materiałów, zwracając m.in. uwagę, że w piśmie z dnia 14 stycznia 2022r. Spółka nie podała tej daty, a dodatkowo z pisma Spółki z dnia 17 marca 2021r. wynika, że materiały promocyjne zostały „na dzień dzisiejszy wyczerpane”, zgodnie z wiedzą Spółki. Odpowiadając na ww. wezwanie, pismem z dnia 9 listopada 2022r. Spółka wyjaśniła, że w piśmie z dnia 17 marca 2021r. wskazała, że pozostałe materiały promocyjne zostały na ten dzień wyczerpane w większości. Spółka zaznaczyła, że nie jest w stanie wskazać konkretnej daty, od której materiały reklamowe przestały być definitywnie stosowane. Spółka zastrzegła, że nie jest w stanie wykluczyć, że któryś z podmiotów współpracujących z nią nie użył kwestionowanego materiału po 17 marca 2021r., również ze względu na zmiany kadrowe, które nastąpiły w trakcie procesu sprzedaży wierzytelności przyszłych. Spółka podniosła, że w piśmie z dnia 14 stycznia 2022r. zadeklarowała, że nie będzie podejmować już działań marketingowych. Spółka stwierdziła w związku z tym, że zaprzestała stosowania kwestionowanych materiałów od stycznia 2022r.- nie podejmowała działań marketingowych, a więc w konsekwencji nie stosowała już kwestionowanych materiałów reklamowych (dowód: pismo Spółki z dnia 10 października 2022r.- k. 1001 akt; pismo Prezesa Urzędu z dnia 28 października 2022r.- k. 1034 akt, pismo Spółki z dnia 9 listopada 2022r.- k. 1037 akt).

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu dotyczące podania wysokości obrotu uzyskanego w 2021r., pismem z dnia 10 października 2022r. Spółka poinformowała, że w 2021r. osiągnęła obrót, obliczony zgodnie z art. 106 ust. 3 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jako suma przychodów wykazanych w rachunku zysku i strat, w wysokości [usunięto]. Jako dowód Spółka przedłożyła rachunek zysków i strat za rok obrotowy trwający od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2021r., w którym w pozycji „Przychody netto ze sprzedaży i zrównane z nimi” figuruje [usunięto] kwota przychodów. Ustalono, że przedłożony przez Spółkę rachunek zysków i strat jest datowany na dzień 29 czerwca 2021r. i został podpisany elektronicznie przez [usunięto] w dniu 6 października 2022r. (dowód: pismo Spółki z dnia 10 października 2022r. wraz z załączonym rachunkiem zysku i strat za 2021r.- k 1001-1002 akt).

Jak ponadto ustalono, w dniu 10 października 2022r. na stronie internetowej Krajowego Rejestru Sądowego https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df zamieszczono m.in. roczne sprawozdanie finansowe za 2021r. oznaczone w pozycji „szczegóły dokumentu” jako korekta, w którym wartość przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów wyniosła [usunięto] oraz sprawozdanie z działalności za rok obrotowy 2021 datowane na 10 października 2022r., w którym jako przychody netto ze sprzedaży na dzień bilansowy podano tę samą kwotę, a więc [usunięto]. Na ww. stronie zamieszczono także uchwały Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 10 października 2022r.- nr 5 w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2021 oraz nr 6 w sprawie pokrycia straty netto osiągniętej w pierwszym roku obrotowym 2021, z których wynika, że [usunięto] (dowód: wydruki rocznego sprawozdania finansowego, sprawozdania z działalności za rok obrotowy 2021 z dnia 10 października 2022r. oraz uchwał nr 5 i 6 Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 10 października 2022r. ze strony internetowej https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df- k. 1024-1032 akt).

Z dokonanych ustaleń wynika, że na stronie internetowej Krajowego Rejestru Sądowego https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df figuruje również roczne sprawozdanie finansowe za 2021r., które zostało dodane w dniu 5 września 2022r. i nie stanowi korekty oraz sprawozdanie z działalności za rok obrotowy 2021 z dnia 30 czerwca 2022r., w których odpowiednio jako „Przychody ze sprzedaży towarów i usług” oraz „przychody netto ze sprzedaży na dzień bilansowy” wskazano kwotę [usunięto]. Na stronie zamieszczono ponadto uchwały Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 29 sierpnia 2022r.- nr 5 w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2021 oraz nr 6 w sprawie pokrycia straty netto osiągniętej w pierwszym roku obrotowym 2021, z których wynika, że [usunięto] (dowód: wydruki rocznego sprawozdania finansowego, sprawozdania z działalności za rok obrotowy 2021 z dnia 30 czerwca 2022r. oraz uchwał nr 5 i 6 Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 29 sierpnia 2022r. ze strony internetowej https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df- k. 1015-1023 akt).

W związku z wątpliwościami dotyczącymi podanego przez Spółkę obrotu w 2021r., działając na podstawie art. 72 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 299 § 1 w zw. z art. 298 pkt 6f ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. Ordynacja podatkowa (t.j. Dz.U. z 2021r. poz. 1540 ze zm.), pismem z dnia 25 października 2022r. Prezes Urzędu wystąpił do Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce w Poznaniu o podanie informacji o wysokości obrotu Spółki w 2021r. Dodatkowo, pismem z dnia 28 października 2022r. Prezes Urzędu wezwał Spółkę do wyjaśnienia, z jakich przyczyn skorygowała dokumenty finansowe, w tym rachunek zysków i strat za 2021r. oraz sprawozdanie za rok obrotowy 2021. Prezes Urzędu wezwał także Spółkę do przedłożenia bilansu za 2021r. (dowód: pismo Prezesa Urzędu do Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce w Poznaniu z dnia 25 października 2022r.- k. 1033 akt, pismo Prezesa Urzędu skierowane do Spółki z dnia 28 października 2022r.- k. 1034 akt).

Z otrzymanego pisma Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce w Poznaniu wynika, że w zeznaniu podatkowym CIT-8 za 2021r. Spółka wykazała przychód w wysokości [usunięto] (dowód: pismo Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce w Poznaniu z dnia 31 października 2022r.- k. 1035 akt).

Pismem z dnia 9 listopada 2022r. Spółka wyjaśniła, że skorygowała dokumenty finansowe za 2021r., ponieważ w wyniku weryfikacji i kontroli sprawozdania finansowego przez biuro rachunkowe stwierdzono konieczność i zasadność utworzenia dodatkowego odpisu aktualizującego wartość udzielonych pożyczek. Spółka poinformowała ponadto, że biuro rachunkowe otrzymało od niej, po dniu sporządzenia pierwotnej wersji sprawozdania finansowego, dokumenty potwierdzające rozwiązanie umów wierzytelności (zgodnie z umową sprzedaży zorganizowanej części przedsiębiorstwa), na podstawie których dokonano korekty sprzedaży. Spółka wskazała, że zmiany dokonano na podstawie art. 54 ust. 1 ustawy o rachunkowości. W załączeniu do ww. pisma Spółka przedłożyła sprawozdanie finansowe za 2021r., zawierające bilans za 2021r., w formacie PDF zaznaczając, że jest tożsamy z jej sprawozdaniem finansowym sporządzonym w formacie .xml opublikowanym w Repozytorium Dokumentów Finansowych, z oznaczeniem „korekta” (dowód: pismo Spółki z dnia 9 listopada 2022r. wraz ze sprawozdaniem finansowym za rok 2021- k. 1037-1044 akt).

Po zapoznaniu się ze zgromadzonym w sprawie materiałem dowodowym Spółka odniosła się m.in. do znajdującej się w aktach informacji Naczelnika Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce o odnotowaniu jej zeznania podatkowego CIT-8 za 2021r. z przychodem w wysokości [usunięto]. Spółka wyjaśniła, że nie miała wiedzy o braku złożenia korekty ww. zeznania przez pracowników biura rachunkowego prowadzącego jej księgowość, w związku ze złożeniem korekty sprawozdania finansowego za 2021r. Spółka poinformowała, że niezwłocznie złożyła stosowną korektę zeznania CIT-8 za 2021r., w którym został wykazany przychód w wysokości [usunięto]. Jako dowód Spółka przedłożyła potwierdzenie przesłania ww. korekty do Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce. Spółka ponownie zaznaczyła, że w 2021r. osiągnęła obrót, obliczony zgodnie z art. 106 ust. 3 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jako suma przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat, w wysokości [usunięto] (suma pozycji: przychody netto ze

sprzedaży i zrównane z nimi: [usunięto] oraz pozycji: pozostałe przychody operacyjne: [usunięto]) (dowód: pismo Spółki z dnia 12 grudnia 2022r. wraz z korektą zeznania podatkowego CIT-8 z dnia 12 grudnia 2022r. - k. 1058-1068 akt).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I.

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

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z zakwestionowanymi materiałami reklamowymi dotyczącymi oferty w wierzytelności przyszłe. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Spółki pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Z uwagi na fakt, że praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może być przypisana jedynie przedsiębiorcy, należy wskazać, że PHI Wierzytelności Sp. z o.o. posiada status przedsiębiorcy w świetle art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten stanowi, że ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018r. - Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. z 2021r. poz. 162 ze zm.). Art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców za przedsiębiorcę uznaje osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą działalność gospodarczą. PHI Wierzytelności Sp. z o.o. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą, polegającą na świadczeniu usług finansowych w zakresie oferowania inwestycji w wierzytelności przyszłe. Spółka jest w związku z tym przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, którego działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Art. 24 ust. 1 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Taką praktykę stanowią w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy). Dla uznania, że Spółka stosuje zakazane przez ustawę praktyki niezbędne jest stwierdzenie, że jej zachowanie jest **sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami** i jednocześnie **narusza zbiorowy interes konsumentów**.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (tak np. J. Szwaja. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji- Komentarz, Warszawa 2000r., s. 117-118, por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK z dnia

13 listopada 2007r. sygn. XVII AmA 45/07). W wyroku z dnia 8 maja 2002r. sygn. akt I PKN 267/2001 Sąd Najwyższy stwierdził, że o bezprawności działania decyduje „*całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego*”.

Należy zauważyć, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. W celu konkretyzacji tej przesłanki należy zatem sięgnąć do przepisów innych ustaw, na podstawie których możliwe jest dokonanie oceny praktyki przedsiębiorcy w aspekcie jej zgodności z prawem.

Bezprawność zakwestionowanej praktyki związana jest z naruszeniem przez Spółkę przepisów art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zgodnie z art. 3 ww. ustawy zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie, obejmuje każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych (art. 2 pkt 3 i 4 ustawy).

Niewątpliwie działania reklamowe Spółki mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

Art. 4 ust. 2 powołanej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, przy czym praktyka ta nie podlega ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 tego przepisu. Oznacza to, że przypisanie Spółce zarzuconej praktyki nie wymaga odniesienia do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 ustawy.

Art. 5 ust. 1 ww. ustawy stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 1 tej ustawy, wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć cech produktu, w szczególności ryzyka i korzyści związanych z produktem (art. 5 ust. 3 pkt 2 ustawy). Art. 5 ust. 4 ustawy przewiduje jednocześnie, że przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Zarzucona Spółce nieuczciwa praktyka rynkowa podlega ocenie z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta. Art. 2 pkt 8 ww. ustawy za przeciętnego konsumenta uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Adresatem reklam dotyczących inwestycji w opisane wierzytelności przyszłe był ogół konsumentów. Treść reklam, możliwy sposób ich rozpowszechniania, jak i sam produkt (oferta inwestycji w wierzytelności) nie były kierowane do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów, ale nieograniczonego kręgu odbiorców. *De facto* każda osoba zainteresowana taką formą inwestowania mogła skorzystać z oferty Spółki. Ani charakter oferty, ani postanowienia umów przelewu wierzytelności, na podstawie których Spółka oferowała ww. wierzytelności, nie wskazują na to, by oferta i przekaz reklamowy były kierowane do szczególnej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie określonej i wspólnej im cechy. W niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta Prezes Urzędu uznaje więc osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zapoznaniu się

z reklamami usług i produktów finansowych, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej- nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument ma zatem świadomość specyfiki języka reklamy, jego pewnej umowności, skłonności do przesady i konieczności odnoszenia się do reklam z racjonalnym dystansem, ale nie potrafi ocenić sytuacji tak, jak profesjonalista. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Zdaniem Prezesa Urzędu, adresatem reklam Spółki nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy.

Analizując reklamę należy uwzględnić wszystkie czynniki, które mogą kształtować jej odbiór przez przeciętnego konsumenta, a więc przede wszystkim komunikat, który ich autor chce przekazać konsumentom. Zdaniem Prezesa Urzędu, w przypadku zakwestionowanych reklam komunikat ten wyrażony został w określonych informacjach, które nie są prawdziwe. Na podstawie tych informacji przeciętny konsument może dojść do wniosku, że poprzez skorzystanie z prezentowanej oferty na pewno uzyska wymienione, wysokie zyski, a ponadto, że zainwestowane przez niego środki są bezpieczne, co oznacza, że nie ma sytuacji, w których mógłby je stracić.

Należy w pierwszej kolejności zauważyć, że oceniane materiały reklamowe, opisujące w różnym stopniu ofertę Spółki, dotyczą wiarygodności przyszłych, należnych innemu podmiotowi, tj. [usunięto], jako wynagrodzenie z tytułu dochodzenia w postępowaniu sądowym zaległych dotacji na rzecz niepublicznych placówek oświatowych. Są to więc wiarygodności, które nie zostały jeszcze zasądzone prawomocnymi wyrokami sądów orzekających w sprawach roszczeń o ww. dotacje, ani objęte ugodami zawartymi przez daną placówkę i daną gminę. Już choćby z tego względu informacje wskazujące lub sugerujące pewność zasądzenia roszczenia, a co za tym idzie powstania wiarygodności będących przedmiotem umów przelewu zawieranych przez Spółkę z konsumentami, mogą budzić wątpliwości z punktu widzenia ich prawdziwości. Oferując wiarygodność Spółka nie wie przecież i nie jest w stanie przewidzieć, w jaki sposób zakończy się konkretne postępowanie sądowe dotyczące danej dotacji i wiarygodności przyszłej, w szczególności, czy sąd uzna roszczenie powoda za uzasadnione, a jeśli tak, to w jakiej wysokości.

Reklamy odwołują się tymczasem do zwrotów i sformułowań, zwracających uwagę przeciętnego konsumenta na pewne, pozytywne rozstrzygnięcie sprawy sądowej i wysokość możliwych zysków, np. „Potencjał zysku nawet 18% w skali roku”, „Wysoki potencjał: Przy uzyskaniu wymagalności nominalnej wartości roszczenia Inwestor otrzymuje zysk w wysokości 27% powiększony o udział w odsetkach, naliczanych od dnia powstania roszczenia lub dnia złożenia powództwa do zakończenia postępowania”, „Wygrana. Zysk nawet 27% + odsetki ustawowe (...)” czy „przy uzyskaniu wymagalności roszczenia na poziomie wartości nominalnej stopa zwrotu może wynieść nawet 27%”. Pewność uzyskania wysokich zysków może też podkreślać wskazanie, że „roszczenie kierowane jest do pewnego płatnika, jakim jest jednostka samorządu terytorialnego” a „(...) wysokość zasądzanego odszkodowania nie ma charakteru uznaniowego”, ponieważ kwota niewypłaconej dotacji jest obliczana na podstawie mierzalnych parametrów. Takie informacje mogą wzbudzać zaufanie przeciętnego konsumenta, sugerując mu, że dochodzone roszczenie zostanie zasądzone i w dalszej kolejności wyegzekwowane w każdym przypadku. Pewność ww. zysków może poza tym uwiarygadniać odwołanie się do podstaw prawnych, czyli „powstania roszczenia z tytułu zaległej dotacji na podstawie ustawy oraz uchwały Rady Miasta lub Gminy, wobec dłużników (jednostek samorządu terytorialnego)”. Tego rodzaju informacja może utwierdzać przeciętnego konsumenta

w przekonaniu, że skoro roszczenie ma swoje oparcie w przepisach prawa i uchwale odpowiedniej gminy, to nie ma wątpliwości, że zostanie zasądzone. Kierując się ww. informacjami przeciętny konsument może uznać, że dochodzenie przed sądem roszczenia, z którymi związane są oferowane przez Spółkę wierzytelności, będzie jedynie zwykłą formalnością i potwierdzeniem roszczenia placówki oświatowej, której skutkiem będzie równoczesne zasądzenie kwoty wynagrodzenia na rzecz [usunięto].

Zdaniem Prezesa Urzędu, podobnie można ocenić zapewnienia o uzyskaniu 27% zysku powiększonego o odsetki za okres od powstania roszczenia czy złożenia pozwu do zakończenia postępowania. Przed prawomocnym rozstrzygnięciem sporu pomiędzy placówką oświatową a jednostką samorządu terytorialnego o niewypłacone dotacje nie wiadomo, czy odsetki zostaną faktycznie w danej sprawie zasądzone i ewentualnie za jaki okres. Pomimo tego, z materiałów reklamowych wynika, że wygrana skutkować będzie powiększeniem zysku o odsetki za podany okres. Bez wątpienia wpływa to na atrakcyjność oferowanych wierzytelności i pozytywne postrzeganie oferty przez przeciętnego konsumenta.

Dla przeciętnego konsumenta znaczenie w zakresie pewności uzyskania wysokich zysków może mieć także informacja o skłonności gmin do zawarcia ugody czy ugodzie jako najbardziej prawdopodobnym scenariuszu zakończenia sprawy. Informacja ta może bowiem sugerować szybsze i łatwiejsze zakończenie postępowania sądowego, w drodze polubownego załatwienia sprawy.

Na wprowadzenie w błąd przeciętnego konsumenta co do pewności podanych zysków mogą również wpływać zapewnienia o profesjonalnym charakterze działań podejmowanych w celu ich uzyskania. W ocenie Prezesa Urzędu, wskazanie w reklamie, że „*zabezpieczenie prawne*” w dochodzeniu roszczeń zapewnia określona, wymieniona z nazwy kancelaria prawna, a „*zespół doświadczonych prawników czuwa nad określeniem wymagalności roszczenia oraz prawidłowym przeprowadzeniem postępowania*” może dodatkowo wzmacniać przekonanie przeciętnego konsumenta o ww. korzyściach, kreując wizerunek inwestycji o ponadprzeciętnych, pewnych zyskach. Tym bardziej, że takie zapewnienie jest powiązane z informacją o swego rodzaju wyjątkowości inwestycji, skoro inwestor „*otrzymuje możliwość pomnożenia kapitału na zasadach dotychczas dostępnych wyłącznie dla podmiotów profesjonalnych, zajmujących się wierzytelnościami odszkodowawczymi*”.

Należy zauważyć, że w analizowanych materiałach nie ma informacji, które wskazywałyby wprost, że uzyskanie w ogóle jakichkolwiek zysków z inwestycji jest uzależnione od przeprowadzenia postępowania sądowego, którego wynik, z różnych przyczyn, może nie być korzystny dla placówki dochodzącej zaległych dotacji od jednostki samorządu terytorialnego. W konsekwencji, nie można wykluczyć, że [usunięto] nie otrzyma wynagrodzenia z tytułu wygrania sprawy, co oznacza, że nie powstanie z tego tytułu wierzytelność konsumenta. Nie można w tym przypadku pominąć, że Spółka nie ma żadnego wpływu na przebieg postępowania sądowego, którego nie jest stroną. Poza tym, nawet, jeśli dochodzone w postępowaniu sądowym zaległe dotacje mogą być obliczone według określonych ustawowo zasad, nie jest możliwe przesądzenie z góry, że faktycznie będą uznane przez sąd w takiej wysokości, w jakiej domaga się ich powód. Sposób przedstawiania informacji o oferowanej inwestycji nie uwzględnia jednak tych okoliczności. Przekaz reklamowy odnosi wprawdzie podane zyski w niektórych przypadkach do „*uzyskania wymagalności nominalnej wartości roszczenia*”, to jednak przeciętny konsument może nie zdawać sobie sprawy, że takie stwierdzenie oznacza, że warunkiem osiągnięcia wskazanych zysków jest prawomocne zasądzenie roszczenia, w określonej wysokości odpowiadającej szacunkom Spółki, przez sąd. Można tym samym uznać, że informacje o konieczności prawomocnego rozstrzygnięcia przez sąd o zasadności roszczenia odszkodowawczego placówki oświatowej, od którego zależy powstanie oferowanej konsumentom wierzytelności przyszłej, zostały przedstawione w sposób nieprecyzyjny, niejasny i mało czytelny dla przeciętnego konsumenta.

Należy zaznaczyć, że wymieniając w broszurze możliwe scenariusze zakończenia sprawy porzeczono na informacjach o okolicznościach z założenia korzystnych dla

inwestora (wygrana, ugoda), ewentualnie zapewniających mu odzyskanie zainwestowanych środków (odkup wierzytelności). Nie wymieniono zatem innych przypadków, w których konsument może nie uzyskać korzyści (np. przegrana, zasądzenie roszczenie w mniejszym zakresie niż dochodzone, skutkujące niższym wynagrodzeniem [usunięto], niezasądzenie odsetek). Takie ujęcie informacji o inwestycji w wierzytelności przyszłe może powodować, że przy zapoznaniu się z nimi przeciętny konsument mógł uznać, że uzyskanie podanych zysków jest pewne, czyli nie będzie sytuacji, w której może ich nie uzyskać bądź uzyskać je w mniejszym zakresie niż oczekiwany zgodnie z przekazanymi informacjami.

Zdaniem Prezesa Urzędu, na odbiór przekazu reklamowego przez przeciętnego konsumenta mogą również wpływać same wartości zysków z inwestycji. Niewątpliwie użyte zwroty i podane wysokości (np. „*potencjał zysku nawet 18 % w skali roku*”, „*wysoki potencjał: (...) Inwestor otrzymuje zysk w wysokości 27% powiększony o udział w odsetkach (...)*”; „*zysk nawet 27% + odsetki ustawowe*”, „*oprocentowanie w wysokości 6%*”) mogą przyciągać uwagę przeciętnego konsumenta zainteresowanego inwestycjami finansowymi. Ww. wartości i zapewnienia o ich osiągnięciu wyróżniały się pozytywnie na tle innych, dostępnych na rynku ofert produktów finansowych, w szczególności lokat bankowych, co decydowało o ich atrakcyjności dla przeciętnego konsumenta. Należy m.in. zauważyć, że wysokość oprocentowania lokat bankowych uznanych za najkorzystniejsze w okresie oferowania przez Spółkę inwestycji w wierzytelności przyszłe i zawierania umów przelewu (wrzesień 2020 r.- listopad 2021 r.) wahała się w granicach od 0,15% do 0,5% w skali roku (por. wydruk ze strony <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Najlepsze-lokaty-bankowe-na-12-miesiecy-wrzesien-2021-Ranking-Bankier-pl-8194921.html> - opracowanie własne Bankier.pl na 27.09.2021r.- k. 981-983 akt) oraz od 0,58% do 1,2% w skali roku (por. wydruk ze strony <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Najlepsze-lokaty-bankowe-na-12-miesiecy-listopad-2021-Ranking-Bankier-pl-8228710.html> - opracowanie własne Bankier.pl na 22.11.2021r.- k. 984-986 akt; w porównaniu uwzględniono lokaty w wysokości 100.000 zł na okres 12 miesięcy biorąc pod uwagę podaną przez Spółkę średnią wartość zaliczkowej zapłaty przez jednego cesjonariusza za wierzytelność przyszłą). Zapewnienia Spółki o zyskach z wierzytelności na poziomie wielokrotnie wyższym mogły więc wpływać na stopień zainteresowania się jej ofertą przez przeciętnego konsumenta dysponującego środkami, które chciał zainwestować i pomnożyć.

Warto też zauważyć, że wskazując na „*zysk w wysokości 27% powiększony o udział w odsetkach (...)*”, „*zysk nawet 27% + odsetki ustawowe*” czy „*zysk nawet 27%*” reklamy nie zawierają odniesienia do horyzontu czasowego, w jakim podana wartość zysku może być uzyskana przez konsumenta. W niniejszym przypadku brak tego rodzaju informacji może być o tyle istotny, że oferta Spółki dotyczy wierzytelności przyszłych. Na zysk z inwestycji może tym samym w znacznym stopniu wpływać czas postępowania sądowego, z którym związana jest nabyta przez konsumenta wierzytelność.

Z drugiej strony, materiały reklamowe zawierają też informacje o „*gwarancji zysku*” i „*gwarancji minimalnego zysku*”, który stanowić ma wypłata co kwartał oprocentowania na rzecz inwestora (cesjonariusza), w wysokości 6% w skali roku, czyli 15% w ciągu 2,5 roku (zgodnie z § 4 ust. 1 i 2 umowy przelewu wierzytelności oprocentowanie jest wypłacane od zapłaconej części ceny). Informacja o odsetkach jako pewnym, wysokim zysku nie jest prawdziwa, jeżeli uwzględni się, że stosownie do § 5 ust. 1 i 2 umowy przelewu wierzytelności, w przypadku zapłaty wynagrodzenia przez organ prowadzący placówkę oświatową na rachunek [usunięto] lub Spółki, tj. faktycznego wygrania sprawy sądowej, środki należne cesjonariuszowi zostają umniejszone o wartość wypłaconego oprocentowania. Może to oznaczać, że świadczenie wypłacane konsumentowi od dnia zawarcia umowy do czasu prawomocnego zakończenia sprawy sądowej nie stanowi w istocie oprocentowania za korzystanie z kapitału, ale jest np. formą zaliczki na poczet przyszłego świadczenia konsumenta, o którą następnie umniejszona zostanie wartość zasądzonej wierzytelności. Zdaniem Prezesa Urzędu, o rzeczywistym zysku po stronie konsumenta można by mówić jedynie wówczas, gdyby kwoty wypłacane jako oprocentowanie przed zakończeniem postępowania sądowego nie umniejszały następnie, w razie wygrania sprawy sądowej, wartości świadczenia należnego konsumentowi na

podstawie zawartej umowy przelewu. Tylko w takiej sytuacji konsument faktycznie osiągnąłby zysk, tj. odsetki kapitałowe od Spółki za okres korzystania z jego kapitału.

Zdaniem Prezesa Urzędu, informacje i hasła zamieszczone w kwestionowanych materiałach reklamowych mogą ponadto wywoływać wrażenie u przeciętnego konsumenta, że inwestycja jest bezpieczna. Należy przede wszystkim zauważyć, że w materiałach tych wykorzystano szeroko pojęcie „gwarancji” (gwarancja zysku, gwarancja kapitału, gwarancja wypłaty oprocentowania, gwarantowanie bezpieczeństwa wniesionego kapitału i oprocentowania), które przeciętny konsument może utożsamiać z brakiem jakiegokolwiek ryzyka, mogącego wiązać się z zainwestowaniem środków finansowych w prezentowane wierzytelności. Zapoznając się z reklamami przeciętny konsument może zatem uznać, że Spółka jest w stanie zapewnić bezpieczeństwo jego środków, tj. niezależnie od okoliczności będzie wypłacać odsetki oraz dokona zwrotu wpłaconych środków w razie jego rezygnacji z inwestycji. Informacje te nie są jednak prawdziwe. Spółka nie jest w stanie „zagwarantować” inwestorowi ani wskazanego zysku, ani bezpieczeństwa jego środków. Konsument nie ma przy tym żadnego wpływu na wykonanie tych zobowiązań przez Spółkę. „Gwarancje” Spółki mogą więc nie stanowić faktycznej ochrony dla zainwestowanych środków, czego na podstawie przekazu reklamowego przeciętny konsument nie jest w stanie ustalić. Należy w szczególności wskazać, że ww. inwestycja nie jest objęta, tak jak np. lokaty bankowe, gwarancjami niezależnej instytucji jaką jest Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Powoduje to, że nie jest wolna od różnego rodzaju ryzyk, o których reklamy nie wspominają.

W niniejszej sprawie można mówić np. o ryzyku przegrania sporu sądowego o zaległe dotacje placówki niepublicznej, które skutkować będzie niezasadzeniem wynagrodzenia na rzecz [usunięto]. Zgodnie z umową, w tym przypadku konsument mógłby jedynie, po upływie 2,5 roku od dnia zawarcia umowy, jednostronnie rozwiązać umowę i domagać się od Spółki zwrotu zainwestowanej kwoty, zatrzymując środki wypłacone tytułem „odsetek”. Można też wskazać na ryzyko związane z zasądzeniem przez sąd mniejszej kwoty niż kwota dochodzona przez powoda, co wiązałoby się z ustaleniem wynagrodzenia [usunięto] na niższym poziomie niż zakładany. W konsekwencji, w tych sytuacjach konsument nie uzyskałby spodziewanych zysków, o których zapewnia się w reklamach. Inwestor może nie uzyskać spodziewanego zysku z inwestycji również z uwagi na przedłużające się postępowanie sądowe. Główne ryzyka wynikają tym samym z charakteru inwestycji (wierzytelności przyszłej) i niepewności co do wyników oraz terminu rozstrzygnięcia sporu sądowego, od którego zależy w istocie zaspokojenie roszczeń konsumenta. Oferowane wierzytelności nie są zobowiązaniami wynikającymi z prawomocnych wyroków lub zawartych przez strony ugód, co powoduje, że konsument będący inwestorem ponosi znaczne ryzyko niezrealizowania oczekiwanych korzyści z inwestycji. Dodatkowe ryzyko, istniejące po stronie Spółki, związane jest z niezwróceniem inwestorowi środków (kwoty wpłaconej zaliczki, kwoty zakładanego zysku). Jest to ryzyko wynikające z obrotu gospodarczego i prowadzonej przez Spółkę działalności gospodarczej.

Z perspektywy przeciętnego konsumenta o bezpieczeństwie inwestycji mogą też świadczyć informacje dotyczące podmiotu zobowiązanego do zapłaty dotacji na rzecz placówek oświatowych. Przeciętny konsument może dojść do wniosku, że skoro „roszczenie jest kierowane do pewnego płatnika (...)”, to nie będzie żadnych problemów z wypłatą należnych mu środków. Przeciętny konsument może poza tym uznać, że skoro dochodzenie roszczeń jest „zabezpieczone prawnie” przez doświadczoną kancelarię prawną, to nie ma ryzyka nieprofesjonalnych działań w postępowaniu sądowym, które przebiegnie sprawnie i będzie w pełni skuteczne, czyli zakończy się zasądzeniem nabytej przez niego wierzytelności przyszłej w całości.

Należy podkreślić, że w analizowanych reklamach nie ma informacji, która wskazywałaby na potencjalne zagrożenia związane z realizacją umowy lub ewentualne straty konsumenta. Wręcz przeciwnie, inwestycja w wierzytelności odszkodowawcze, z którymi związane są oferowane wierzytelności przyszłe, określana jest jako „zyskowe aktywo inwestycyjne, wprowadzone jako nowatorskie, jednocześnie pewne i bezpieczne

rozwiązanie (...)”, przy czym Spółka „gwarantuje bezpieczeństwo zarówno wniesionego kapitału, jak i oprocentowania”.

W ocenie Prezesa Urzędu, za informację o ryzykach związanych z inwestycją nie można uznać wzmianki pod hasłami i informacjami o oferowanej wiarygodności, w której podano, że „inwestycje w instrumenty finansowe nie są zobowiązaniem ani nie są gwarantowane” wraz z zastrzeżeniem, że niezależnie od informacji Spółki przed zawarciem każdej transakcji inwestor jest zobowiązany do oceny ryzyka, potencjalnych korzyści i strat czy konsekwencji prawnych i zmieniających się czynników rynkowych. Wzmianka ma charakter ogólny i nie odnosi się w żadnej mierze do cech prezentowanych wiarygodności. Może to oznaczać, że poprzez wyrażone zastrzeżenie Spółka próbuje przerzucić na konsumenta swój obowiązek poinformowania o istotnych cechach inwestycji. Spółka zapewnia w reklamach o pewności uzyskania korzyści z inwestycji i jej bezpieczeństwie, ale z zamieszczonej wzmianki wynika, że faktyczne negatywne konsekwencje braku wiedzy o prawdziwych cechach tej inwestycji mogą obciążać konsumenta.

Dlatego Prezes Urzędu uznaje, że zamieszczone w reklamach informacje nie są prawdziwe, co powoduje, że mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do pewności osiągnięcia ww. zysków i bezpieczeństwa zainwestowanych środków.

Stosownie do art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Decyzja dotycząca umowy, o której mowa w ww. ustawie, ma szerszy zakres niż instytucja błędu uregulowana w art. 84 i nast. Kodeksu cywilnego. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku- skorzystanie z oferty i zawarcie umowy ze Spółką. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Bez znaczenia pozostaje przy tym okoliczność, czy i w jakim ewentualnie stopniu konsument może zweryfikować otrzymane informacje w inny sposób. Kluczowe znaczenie ma wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór przekazu Spółki w chwili zapoznania się z nim, a więc w chwili zapoznania się z zakwestionowanymi materiałami reklamowymi. Z tych względów, powołanie się przez Spółkę na spotkania z konsumentami, omawianie oferty i projektu umowy oraz negocjowanie z konsumentami umów nie wykluczają stwierdzenia, że sugerując się treścią zakwestionowanych reklam przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy. Stwierdzenia tego nie wykluczają także zapewnienia Spółki, że materiały reklamowe nigdy nie były przedstawiane cesjonariuszom bez jednoczesnego przedstawienia warunków nabycia wiarygodności, a w przekazywanym projekcie umowy wskazano, że dotacja jest sporna co do zasady i wysokości. Okoliczności te nie mają znaczenia dla oceny ww. przestanki nieuczciwej praktyki rynkowej. Z punktu widzenia tej praktyki rozstrzygające znaczenie ma ustalenie, czy zapoznając się z kwestionowanymi materiałami reklamowymi przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd w zakresie określonych cech oferty Spółki. Należy podkreślić, że przeciętny konsument nie ma obowiązku konfrontowania przekazu reklamowego z informacjami przekazywanymi mu przed zawarciem umowy czy w trakcie procesu zawierania umowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zapoznając się z kwestionowanymi reklamami przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że w rzeczywistości oferta Spółki nie ma cech, na które wskazują reklamy. Decyzja dotycząca umowy może w tym wypadku polegać m.in. na zainteresowaniu się przeciętnego

konsumenta ofertą Spółki, czy też podjęciu działań w celu uzyskania dodatkowych lub szczegółowych informacji o tej ofercie.

Zajmując stanowisko w kwestii postawionego zarzutu, Spółka podniosła m.in., że kwestionowane przez Prezesa Urzędu zwroty i sformułowania nie wskazują na pewność uzyskania wysokich zysków, a na wysokość potencjalnych, możliwych do uzyskania zysków. Spółka zaznaczyła także, że sformułowanie dotyczące gwarancji zysku i wypłaty oprocentowania odnosi się do wypłaty odsetek w wysokości określonej w umowie, których zwrotu Spółka nie dochodzi od cesjonariusza w razie oddalenia powództwa. Spółka uznała, że stwierdzenia o kierowaniu roszczeń do pewnego płatnika, jakim jest jednostka samorządu terytorialnego i braku uznaniowego charakteru wysokości zasądzanego odszkodowania wynikają z faktu, że dotacje obliczane są wedle określonych ustawowo zasad. Spółka podkreśliła ponadto, że przez bezpieczeństwo transakcji rozumie fakt, że cesjonariusz nie straci wpłaconej części ceny. W opinii Spółki, nie jest prawdą, że w razie przegrania sporu sądowego, które skutkować będzie niezasadzeniem odszkodowania, czyli również nieuzyskaniem wynagrodzenia przez [usunięto], konsument może jedynie po upływie 2,5 roku od dnia zawarcia umowy, jednostronnie rozwiązać umowę i domagać się zwrotu wpłaconej kwoty. Spółka powołała się na § 3 ust. 4 umowy, który przewiduje, że w przypadku, gdy okaże się po uprawomocnieniu się orzeczenia lub uznaniu długu, że uiszczona zaliczka przewyższa należną cenę zakupu, Spółka dokonuje zwrotu konsumentowi nadwyżki w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się odszkodowania. Spółka uznała, że postanowienie to ma zastosowanie w przypadku niezasadzenia odszkodowania.

Odnosząc się do przedstawionego stanowiska, należy przede wszystkim wskazać, że ocena ww. materiałów reklamowych nie może opierać się tylko na analizie poszczególnych zwrotów, czy sformułowań, ani tym, jak przekaz reklamowy może być rozumiany przez Spółkę, na co może wskazywać argumentacja Spółki. Ocena ta musi uwzględniać pełny przekaz reklamowy i wnioski, jakie mogą z niego wynikać dla przeciętnego konsumenta, czyli- w niniejszej sprawie- dla osoby dostatecznie dobrze poinformowanej, uważnej i ostrożnej przy zapoznaniu się z reklamami usług i produktów finansowych. Jak już zaznaczono, przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji (por. art. 5 ust. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Zdaniem Prezesa Urzędu, w rozpatrywanej sprawie o możliwości wprowadzenia przeciętnego konsumenta w błąd świadczą nie tylko użyte w kwestionowanych materiałach, przytoczone przez Spółkę odrębne zwroty, czy sformułowania, ale również sposób ich ujęcia. Sposób prezentacji haseł i informacji o inwestycji w wierzytelności przyszłe wpływa na pozytywny odbiór przez przeciętnego konsumenta przekazu reklamowego Spółki, kierując jego uwagę tylko na korzyści z inwestycji. Powyżej wykazano, dlaczego w chwili zapoznania się z ww. materiałami reklamowymi przeciętny konsument mógł uznać, że osiągnięcie wysokich zysków jest pewne, a inwestycja jest bezpieczna, tj. niezwiązana z żadnymi ryzykami.

Odnoszenie przy tym przez Spółkę sformułowań o gwarancji zysku i wypłacie oprocentowania do wypłaty cesjonariuszowi odsetek w wysokości określonej w umowie, których zwrotu Spółka nie dochodzi w razie oddalenia powództwa, nie uwzględnia, że sformułowania te mają charakter ogólny. Nie można więc pominąć, że kwestionowane materiały nie ograniczają pojęcia gwarantowanego „zysku” cesjonariusza tylko do sytuacji, w której powództwo o zaległą dotację zostanie oddalone przez sąd, tym samym nie powstanie wierzytelność przyszła, a Spółka nie będzie dochodzić od konsumenta zwrotu wypłaconych mu środków tytułem odsetek. Na podstawie ww. materiałów przeciętny konsument może uznać, że informacje o oprocentowaniu dotyczą opisanej w materiałach optymalnej dla niego sytuacji, w której dotacja i wynagrodzenie na rzecz [usunięto] a zostaną zasądzone, tj. osiągnie zakładane zyski z inwestycji, w tym wymienione oprocentowanie. Powyżej zaznaczono, że analizowane materiały reklamowe nie zawierają informacji, że uzyskanie zysków z wierzytelności przyszłych zależy od przeprowadzenia

postępowania sądowego, którego wynik nie jest znany. Należy jednocześnie zauważyć, że Spółka przyznała, że kwota oprocentowania pomniejsza wynagrodzenie cesjonariusza w razie zasądzenia dotacji i wynagrodzenia na rzecz [usunięto]. W takiej sytuacji wypłacone konsumentowi środki nie stanowią odsetek kapitałowych. W pełni uzasadnione jest w związku z tym uznanie, że ww. reklamy zawierają informacje, które nie są prawdziwe.

W opinii Prezesa Urzędu, powołany przez Spółkę § 3 ust. 4 umowy przelewu wierzytelności w żadnej mierze nie decyduje o bezpieczeństwie inwestycji w wierzytelności przyszłe. Postanowienie to reguluje kwestię rozliczenia wpłaconych przez konsumenta środków tytułem zaliczki, jeżeli po uprawomocnieniu się orzeczenia lub uznaniu długu okaże się, że środki te przewyższają cenę zakupu. Można więc uznać, że postanowienie jest podstawą umownego zobowiązania Spółki wobec konsumenta, niemniej jednak nie wyklucza żadnego z opisanych powyżej ryzyk, wiążących się z oferowanymi wierzytelnościami przyszłymi. W szczególności ww. postanowienie nie eliminuje ryzyka utraty wpłaconych środków w razie niewypłacalności Spółki. Jedynie na marginesie można zauważyć, że postanowienie nie wyróżnia sytuacji, w której obowiązek zwrotu przez Spółkę „nadwyżki” kwoty zaliczki nad ceną zakupu będzie wynikiem oddalenia powództwa w całości.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Powyżej wskazano, że przypisanie Spółce zarzuconej praktyki wymaga także wykazania, że praktyka ta **narusza zbiorowy interes konsumentów**. W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „*zbiorowy interes konsumentów*” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu Najwyższego, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że „*praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy*”.

Dla wystąpienia ww. przesłanki istotne jest zatem ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

W opinii Prezesa Urzędu, praktyka Spółki może godzić w zbiorowy interes konsumentów, tj. interesy nieokreślonej i nieograniczonej grupy konsumentów, których nie da się zidentyfikować, a którzy zapoznali się lub mogli zapoznać się z reklamami oferowanych przez Spółkę wierzytelności przyszłych.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Ww. praktyka może naruszać przede wszystkim pozaekonomiczne interesy konsumentów, tj. prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o ofercie prezentowanej w reklamach. Wskazywanie bądź sugerowanie, że konsument uzyska na pewno wysokie zyski z inwestycji, która jest bezpieczna, może wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd na etapie przedkontraktowym, co do rzeczywistych cech prezentowanej oferty. Przekazywane w tym zakresie informacje mogły zarazem wpływać na konkretne decyzje konsumenta o skorzystaniu z oferty Spółki, zniekształcając jego proces decyzyjny. W konsekwencji, praktyka Spółki może także pośrednio wpływać na ekonomiczne interesy konsumentów, którzy zdecydowali o zawarciu umowy ze Spółką.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu stwierdził, że Spółka naruszyła zakaz stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Po otrzymaniu zawiadomienia o wszczęciu niniejszego postępowania, Spółka złożyła wnioski o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, składając propozycje zobowiązań o charakterze informacyjnym.

Spółka zaproponowała, że zobowiąże się do przeprowadzenia w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się ww. decyzji, e-mailowej kampanii informacyjnej skierowanej do konsumentów, z którymi zawarła umowy przelewu wierzytelności i brak jest, na dzień uprawomocnienia się decyzji, prawomocnego zakończenia sprawy sądowej. Spółka zobowiązała się do przedstawienia w wiadomości e-mail informacji o decyzji i możliwych scenariuszy (przykładów reprezentatywnych dotyczących zawartej umowy), w tym negatywnych dla konsumenta, zakończenia postępowania sądowego wraz z załącznikiem zawierającym informacje o ryzykach związanych z umową przelewu wierzytelności. Do przesłanego pisma Spółka załączyła tzw. przykłady reprezentatywne dotyczące zawieranej umowy przelewu wierzytelności przyszłej z zobowiązaniem cedenta- odrębne dla umów z oprocentowaniem 6% w skali roku i 7% w skali roku oraz informację o ryzykach związanych z umową przelewu wierzytelności. Spółka zobowiązała się również do zamieszczenia na stronie internetowej www.phiwierzytelnosci.pl komunikatu o decyzji zobowiązującej wraz z ww. przykładami reprezentatywnymi i informacją o ryzykach.

Stosownie do art. 28 ust. 1 ww. ustawy, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione- na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub będących podstawą wszczęcia postępowania- że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu, może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestął naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Z ww. przepisu wynika, że wydanie decyzji zobowiązującej należy do uznania Prezesa Urzędu. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu postanowił nie uwzględnić złożonego przez Spółkę wniosku, uznając, że wydanie tego rodzaju decyzji nie jest uzasadnione. Prezes Urzędu wziął m.in. pod uwagę charakter zarzuconej Spółce praktyki. Praktyka ta była wprawdzie stosowana na etapie przedkontraktowym, ale z uwagi na fakt, że dotyczyła istotnych cech oferty o charakterze finansowym, mogła wpływać na zachowanie przeciętnego konsumenta na etapie zawierania umowy. Pod wpływem ww. praktyki konsumenci mogli więc podejmować konkretne decyzje, w tym o skorzystaniu z oferty

Spółki. Spółka zaprzestała wykorzystywania zakwestionowanych materiałów reklamowych, co oznacza, że zobowiązanie powinno usuwać skutki naruszenia (por. art. 28 ust. 1 zd. 2 ww. ustawy). Prezes Urzędu uznał, że przeprowadzenie kampanii informacyjnej w odniesieniu do konsumentów, z którymi Spółkę nadal wiążą umowy przelewu wiarytelności oraz zamieszczenie komunikatu na stronie internetowej Spółki nie jest wystarczające. Zakres zobowiązania Spółki jest w tym wypadku zbyt ograniczony, aby można było przyjąć, że faktycznie wyeliminuje skutki wprowadzenia w błąd konsumentów. Zobowiązanie nie w pełni odpowiada przy tym charakterowi praktyki i okolicznościom jej stosowania, w szczególności sposobowi rozpowszechniania kwestionowanych reklam. Prezes Urzędu stwierdził ponadto, że konieczne jest zastosowanie wobec Spółki środka represji i prewencji indywidualnej w postaci kary pieniężnej, której nałożenie nie jest możliwe w decyzji wydanej na podstawie art. 28 ustawy.

Prezes Urzędu poinformował Spółkę o przyczynach nieuwzględnienia ww. wniosku pismem z dnia 2 grudnia 2022r.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ww. ustawy Prezes Urzędu orzekł tym samym jak w pkt I sentencji decyzji, stwierdzając, że Spółka zaprzestała stosowania ww. praktyki z dniem 14 stycznia 2022r. Należy zauważyć, że Spółka nie wykazała daty dziennej zaniechania stosowania zarzuconej jej praktyki, wskazując ogólnie, w odpowiedzi na wezwania Prezesa Urzędu, że zaprzestała rozpowszechniania kwestionowanych materiałów reklamowych „od stycznia 2022r.” (k. 1001 i 1037 akt). Spółka odwołała się jednocześnie do swojego pisma z dnia 14 stycznia 2022r., w którym oświadczyła, że nie będzie podejmować już działań marketingowych dotyczących wiarytelności przyszłych. Prezes Urzędu uznał w związku z tym, że miarodajne i wiarygodne jest przyjęcie jako daty zaniechania praktyki daty ww. pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2022r. Zaprzestanie działań marketingowych oznacza bowiem, że Spółka nie wykorzystuje w obrocie konsumenckim materiałów reklamowych dotyczących wiarytelności przyszłych.

II.

Zgodnie z art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu wobec Spółki środka usunięcia trwających skutków przypisanej jej praktyki w postaci zamieszczenia stosownego komunikatu o wydanej decyzji na prowadzonej przez Spółkę stronie internetowej <https://www.phiwierzytelności.pl>. W ocenie Prezesa Urzędu, środek ten pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji, zarówno wobec konsumentów będących stronami zawartych ze Spółką umów przelewu wiarytelności, osób, które mogły zapoznać się z zakwestionowanymi reklamami dotyczącymi wiarytelności przyszłych, jak i wszystkich zainteresowanych osób.

III.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 pkt 1 ww. ustawy przewiduje, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Przepisy art. 106 ust. 5 i 6 ustawy określają sposób obliczenia kary w przypadkach, w których przedsiębiorca nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót

w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro- w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary bądź w okresie trzyletnim.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uwzględnił obrót Spółki za 2021r. w wysokości [usunięto] wynikający z pierwotnie sporządzonych przez Spółkę dokumentów finansowych za 2021r., zamieszczonych w dniu 5 września 2022r. na stronie internetowej https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df (por. k. 1015-1023 akt). Ww. wartość obrotu jest zbieżna z przychodami wykazanymi przez Spółkę w rocznym zeznaniu podatkowym CIT-8 za 2021r., złożonym Naczelnikowi Urzędu Skarbowego Poznań-Jeżyce w Poznaniu (k. 1035 akt). Prezes Urzędu uznał, że jest to rzeczywiście osiągnięty przez Spółkę obrót w 2021r., natomiast obrót w wysokości [usunięto] wskazany w skorygowanych przez Spółkę w październiku 2022r. dokumentach finansowych został podany jedynie na potrzeby prowadzonego postępowania administracyjnego.

Należy zauważyć, że zmiana wysokości obrotu w dokumentach finansowych za 2021r., przekazanych następnie do KRS, została dokonana przez Spółkę bezpośrednio po otrzymaniu wezwania Prezesa Urzędu z dnia 29 września 2022r. dotyczącego podania wartości obrotu za 2021r. W załączeniu do pisma z dnia 10 października 2022r. Spółka przedłożyła rachunek zysków i strat za 2021r., w którym jako wartość przychodów netto ze sprzedaży wskazano [usunięto]. Dokument ten jest datowany na dzień 29 czerwca 2021r., pomimo, że dotyczy roku obrotowego od dnia 1 stycznia do dnia 31 grudnia 2021r. Wynika z niego jednocześnie, że został podpisany elektronicznie przez [usunięto] w dniu 6 października 2022r., czyli bezpośrednio po otrzymaniu wezwania Prezesa Urzędu.

Jak ustalono, w dniu 10 października 2022r. na ww. stronie internetowej zamieszczono: roczne sprawozdanie finansowe za 2021r., oznaczone jako „korekta”, w którym wartość przychodów ze sprzedaży towarów i materiałów wyniosła [usunięto], sprawozdanie z działalności za rok obrotowy 2021 z dnia 10 października 2022r., w którym jako przychody netto ze sprzedaży na dzień bilansowy podano tę samą kwotę, [usunięto], uchwały Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników Spółki z dnia 10 października 2022r.- nr 5 w sprawie rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2021 oraz nr 6 w sprawie pokrycia straty netto osiągniętej w pierwszym roku obrotowym 2021, z których wynika, że [usunięto].

Zdaniem Prezesa Urzędu, zbieżność daty otrzymania ww. wezwania przez Spółkę oraz dokonania korekty przychodów w dokumentach finansowych za 2021r. z kwoty [usunięto] na [usunięto] nie jest przypadkowa, ale świadczy o tym, że Spółka dokonała korekty w celu uniemożliwienia nałożenia na nią kary pieniężnej liczonej od wartości jej obrotu za 2021r. Należy podkreślić, że w przypadku uwzględnienia [usunięto] nie byłoby podstaw do zastosowania art. 106 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten stanowi, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Spółka została wpisana do rejestru KRS w 2020r., co powoduje, że nie osiągnęła przychodów w okresie trzyletnim, o którym mowa w tym przepisie.

W takiej sytuacji Prezes Urzędu mógłby jedynie nałożyć na Spółkę, na podstawie art. 106 ust. 6 ustawy, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro. Zgodnie z ww. przepisem, w przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro. Uzasadniony jest w związku z tym wniosek, że kara nałożona na podstawie art. 106 ust. 6 mogłaby być niższa, niż kara liczona od wartości wykazanego pierwotnie przez Spółkę obrotu, choćby z tej przyczyny, że jej maksymalna wysokość nie może przekroczyć równowartości 10.000 euro.

W ocenie Prezesa Urzędu, w ustalonych okolicznościach nielogiczne i sprzeczne z zasadami doświadczenia życiowego byłoby przyjęcie, że Spółka faktycznie skorygowała

wysokość obrotu z uwagi na „konieczność i zasadność utworzenia dodatkowego odpisu aktualizującego wartość udzielonych pożyczek” oraz „rozwiązanie umów wiarytelności”, a nie z uwagi na skierowane przez Prezesa Urzędu wezwanie i grożącą jej potencjalnie karę, obliczoną w oparciu o wartość wykazanego pierwotnie obrotu za 2021r. Spółka dysponowała przecież informacjami o udzielonych pożyczkach czy rozwiązanych umowach przelewu wiarytelności w momencie sporządzania pierwotnych, nieskorygowanych dokumentów finansowych, w których wykazała przychody ze sprzedaży w 2021r. na poziomie ponad [usunięto]. Nieracjonalne byłoby więc przyjęcie, że Spółka jako profesjonalny podmiot obrotu gospodarczego „zapomniata” o uwzględnieniu czynności czy operacji finansowych, które miały tak znaczący wpływ na wartość jej obrotu, tj. wymagających jego korekty z kwoty [usunięto] na kwotę ponad [usunięto]. Dlatego Prezes Urzędu uznaje, że wyjaśnienia Spółki dotyczące przyczyn uzasadniających korektę dokumentów finansowych za 2021r. nie są wiarygodne. Zdaniem Prezesa Urzędu korekta i ustalenie [usunięto] przychodów za 2021r. miały na celu uniknięcie nałożenia na Spółkę kary pieniężnej obliczonej na podstawie jej obrotu.

Warto ponadto zauważyć, że powołany przez Spółkę jako podstawa prawna dokonania korekty art. 54 ust. 1 ustawy z dnia 29 września 1994r. ustawy o rachunkowości (t.j. Dz.U. z 2021r. poz. 217 ze zm.) reguluje kwestię zmiany rocznego sprawozdania finansowego po jego sporządzeniu, ale przed jego zatwierdzeniem, jeżeli jednostka otrzymała informacje o zdarzeniach, które mają istotny wpływ na to sprawozdanie finansowe lub powodujących, że założenie kontynuowania działalności przez jednostkę nie jest uzasadnione. Spółka formalnie zatwierdziła sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2021 uchwałą nr 5 Zwyczajnego Zgromadzenia Wspólników z dnia 29 sierpnia 2022r. Ponadto, zgodnie z art. 54 ust. 2 powołanej ustawy, jeżeli jednostka otrzymała informacje o zdarzeniach, o których mowa w ust. 1, po zatwierdzeniu rocznego sprawozdania finansowego, to ich skutki ujmuje w księgach rachunkowych roku obrotowego, w którym informacje te otrzymała. Skoro Spółka zatwierdziła sprawozdanie finansowe za 2021r., czego dowodem jest wskazana uchwała z dnia 29 sierpnia 2022r. przesłana do KRS, to stosownie do wymogu określonego w art. 54 ust. 2, może uwzględnić wartość udzielonych pożyczek czy rozwiązanych umów dopiero w dokumentach sporządzonych za rok obrotowy 2022r. Należy jednocześnie zaznaczyć, że na stanowisko Prezesa Urzędu nie wpływa dokonana przez Spółkę korekta zeznania podatkowego CIT-8 za 2021r., przesłana organowi podatkowemu w dniu 12 grudnia 2022r., tj. po zapoznaniu się przez Spółkę ze zgromadzonym w sprawie materiałem dowodowym (k. 1058-1068 akt).

Mając na uwadze średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2021r., tj. 4,5994 zł, obrót Spółki stanowi [usunięto] euro (stosownie do art. 5 ww. ustawy, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót Spółki w 2021r. jest więc wyższy niż równowartość 100.000 euro. Skutkuje to zastosowaniem przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 ustawy.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

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

Mając na uwadze, że zarzucona Spółce praktyka dotyczy istotnych cech oferty o charakterze finansowym, które mogą wpływać na zachowanie przeciętnego konsumenta na etapie zawierania umowy, Prezes Urzędu postanowił nałożyć na Spółkę karę pieniężną za stosowanie tej praktyki.

Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Spółkę przepisów ustawy. W opinii Prezesa Urzędu, Spółka naruszyła zasady ostrożności w relacjach z konsumentami. Należy podkreślić, że jako profesjonalista Spółka ma obowiązek zwrócenia uwagi na treść przekazywanych informacji, w tym zamieszczanych w rozpowszechnianych reklamach, aby wyeliminować ewentualne ryzyko wprowadzenia przeciętnego konsumenta w błąd. W niniejszej sprawie Spółka nie sprostала temu obowiązkowi. Na podstawie kwestionowanego przekazu reklamowego Spółki przeciętny konsument zainteresowany pozabankowymi formami inwestowania środków pieniężnych mógł bowiem uznać, że skorzystanie z prezentowanej oferty zapewni mu określone, wysokie zyski a zainwestowane przez niego środki będą bezpieczne. Spółka zamieściła w kwestionowanych materiałach informacje o oferowanych wierzytelnościach przyszłych w sposób, który pozwalał przeciętnemu konsumentowi na pozytywny odbiór jej przekazu reklamowego, bez odniesienia do sytuacji, w których wysokie zyski mogą nie być osiągnięte a środki nie będą „gwarantowane”. Uzasadnia to wniosek, że ww. praktyka jest skutkiem niedochowania przez Spółkę należytej staranności przy formułowaniu przekazu reklamowego.

Ustalając wysokość kary Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy oraz okresu, stopnia i skutków rynkowych przypisanego jej naruszenia. W dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

Przypisana Spółce praktyka ujawnia się na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie ukierunkowane na pozyskiwanie klientów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu. Niewątpliwie celem rozpowszechnianych przez Spółkę reklam było zachęcenie konsumentów do skorzystania z jej oferty, tj. zawarcia umowy przelewu wierzytelności. Ww. praktyka mogła jednocześnie wpływać na zachowania przeciętnego konsumenta na etapie zawierania umowy.

W ocenie Prezesa Urzędu, wykorzystane przez Spółkę hasła i informacje oraz sposób ich doboru mogły wywoływać mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta co do istotnych cech oferowanej przez Spółkę inwestycji w wierzytelności przyszłe. Zapoznając się z reklamami, wskazującymi m.in. na wysoki zysk z wierzytelności, wysoki potencjał zysku, pewnego płatnika, brak uznaniowości przy ustalaniu kwoty dotacji czy gwarancje zysku przeciętny konsument mógł uznać, że uzyskanie zysków jest pewne i nie ma ryzyk związanych z zainwestowaniem przez niego środków finansowych w oferowane wierzytelności. Mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął, np. spowodować jego zainteresowanie się ofertą Spółki. Praktyka Spółki narusza zatem bezpośrednio pozaekonomiczne interesy konsumentów, tj. prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o ofercie prezentowanej w reklamach. Niemniej jednak

praktyka ta mogła również wpływać na konkretne decyzje konsumentów o skorzystaniu z oferty Spółki, a więc pośrednio wpływać na ekonomiczne interesy konsumentów, którzy zdecydowali o zawarciu umów ze Spółką i zainwestowaniu określonych środków finansowych.

Rozstrzygając o wysokości kary Prezes Urzędu uwzględnił także okres trwania stwierdzonego naruszenia, który przekroczył 1 rok, co oznacza, że naruszenie było długotrwałe.

Z ww. przyczyn Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [usunięto]% obrotu Spółki w 2021r., tj. w wysokości [usunięto] zł.

Dokonując kalkulacji kary w dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w niniejszej sprawie występują okoliczności obciążające bądź łagodzące, które wpływają na wysokość kary. Prezes Urzędu nie dopatrył się okoliczności obciążających, które przemawiałyby za podwyższeniem ustalonej kwoty kary. Za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał zaniechanie stosowania przez Spółkę praktyki z dniem 14 stycznia 2022r. Okoliczność ta przesądziła o obniżeniu kwoty kary o [usunięto]%, do kwoty 112.539 zł. Ostatecznie Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 112.539 zł. Kara ta mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożona na Spółkę kara jest adekwatna do okoliczności, a także okresu, stopnia i skutków rynkowych stwierdzonego naruszenia przepisów ustawy. Kara pełni funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Spółkę. Nie bez znaczenia jest również jej walor wychowawczy, odstraszaający innych przedsiębiorców przed stosowaniem nieuczciwych praktyk rynkowych na etapie poprzedzającym zawarcie umowy z konsumentem.

Z uwagi na powyższe, orzeczono jak w pkt III sentencji.

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

IV.

Art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a, są obowiązani ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 powołanej ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 ww. ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.- Kodeks postępowania administracyjnego. Stosownie do art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, 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.

Do kosztów przeprowadzonego w niniejszej sprawie postępowania zaliczono, zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, poniesione koszty doręczenia pism Spółce w wysokości 45,30 zł.

Ww. koszty należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na podany powyżej rachunek bankowy.

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

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479³² § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, Spółce przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2022r. poz. 1125), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Zgodnie z art. 32 ust 2 tej ustawy, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

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

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

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 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. 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. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

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