



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

RKR.610.8.2019.MK

Kraków, 22 grudnia 2021 r.

DECYZJA Nr RKR - 9/2021

I. Na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie przedsiębiorcy **Quantum spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu** polegające na:

prowadzeniu oraz propagowaniu systemu, w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z pakietów szkoleń (o nazwach: „MINI”, „BIZNES” lub „VIP”), w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji gotówkowych, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu,

co stanowi system promocyjny typu piramida określony w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), tym samym narusza zakaz określony w art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 4 lipca 2018 r.**

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 i 4 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Quantum spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu:

obowiązek usunięcia - w ciągu miesiąca od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - **trwających skutków naruszenia wskazanego w punkcie I sentencji decyzji poprzez:**

zwrot konsumentom, którzy zawarli z Quantum spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu „Umowę Agencyjną” - środków finansowych wpłaconych na rzecz Quantum spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu w celu zakupu pakietów szkoleń o nazwach: „MINI”, „BIZNES” lub „VIP” (z uwzględnieniem wcześniej dokonanych wpłat na rzecz użytkowników).

III. Na podstawie art. 26 ust. 2 i 4 w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Quantum spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu:



obowiązek usunięcia - w ciągu miesiąca od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - trwających skutków naruszenia wskazanego w punkcie I. sentencji decyzji poprzez:

skierowanie do konsumentów, którzy zawarli z Quantum spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu „Umowę Agencyjną” i wpłacili środki finansowe na jej rzecz w celu zakupu pakietów szkoleń wskazanych w pkt. I., na piśmie, listem zwykłym lub, w przypadku posiadania adresu e-mail, pocztą elektroniczną, informacji o wydaniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów niniejszej decyzji nr RKR-9/2021 z 22 grudnia 2021 r. o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RKR-9/2021, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu polegające na prowadzeniu oraz propagowaniu systemu w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z pakietów szkoleń (o nazwach: „MINI”, „BIZNES” lub „VIP”), w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji gotówkowych, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu, co stanowi system promocyjny typu piramida określony w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070).

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu obowiązek usunięcia - w ciągu miesiąca od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - trwających skutków wskazanego naruszenia, poprzez zwrot konsumentom, którzy zawarli z Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu „Umowę Agencyjną” - środków finansowych wpłaconych na jej rzecz w celu zakupu pakietów szkoleń o nazwach: „MINI”, „BIZNES” lub „VIP” (z uwzględnieniem wcześniej dokonanych wypłat na rzecz użytkowników).

Prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym. Oznacza to, że ustalenia Prezesa Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego. Konsumentom mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.

Treść decyzji nr RKR-9/2021 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.

Podpis osoby uprawnionej do reprezentacji Spółki”

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 i 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) w związku z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021r. poz. 735 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża Quantum spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu kosztami niniejszego postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zobowiązując tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 83,50 złotych (słownie: 83 złote i 50 groszy), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”), działając na podstawie art. 48 ust. 1 i 2 pkt 2 i 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275; dalej jako: „uokik”), wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w z związku z wykonywaniem działalności przez Luxinvest spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością



z siedzibą w Nowym Sączu¹ (dalej również: „Luxinvest”) doszło do naruszenia przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070; dalej również: „upnpr”), co uzasadnia wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygnatura akt: RKR.403.1.2018.MK).

Postępowanie zostało wszczęte w związku z informacjami uzyskanymi przez Prezesa Urzędu wskazującymi, że Luxinvest organizuje spotkania, na których konsumenci mają możliwość przystąpić do systemu w ramach którego konsument dokonuje zakupu jednego z „pakietów awansów” (o nazwach: „Partner”, „Senior Partner” lub „Manager”), w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji gotówkowych, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu, co może stanowić projekt promocyjny typu piramida i wypełniać hipotezę art. 7 pkt 14 upnpr.

Wiadomością e-mail z 7 sierpnia 2018 r., Pan [X] - który zgodnie z informacjami o podmiotach wpisanych do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej również: „KRS”) na tamten moment pełnił funkcję Prezesa Zarządu Luxinvest - poinformował, iż w dniu 6 kwietnia 2018 r. udziały Luxinvest zostały nabyte w drodze umowy sprzedaży w formie aktu notarialnego przez [X]² i [X]. [X] obecnie pozostaje Prezesem Zarządu Quantum spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu (dalej również: „Quantum” lub „Spółka”) oraz Quantum International EN LLC z siedzibą w Cheyenne w Stanach Zjednoczonych. Z tego względu, a także z uwagi na ustalenie w toku postępowania wyjaśniającego, że podmiotem odpowiedzialnym za stronę internetową www.quantumodszkodowania.pl była Quantum sp. z o.o. - postanowiono wystąpić do Quantum o przedstawienie stanowiska w sprawie.

W ramach wymiany korespondencji z Urzędem, Quantum poinformowała, iż początkowo prowadziła przedmiotową działalność jako Luxinvest ze względu na oczekiwanie rejestracji Quantum przez Sąd Rejestrowy w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Luxinvest zawierała umowy z konsumentami w okresie 9 sierpnia do 18 października 2017 r., natomiast od 19 października 2017 r. do 3 lipca 2018 r. stroną umów pozostawała Quantum.

Materiał dowodowy zgromadzony w postępowaniu wyjaśniającym dał podstawę do wszczęcia wobec Quantum postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Pismem z dnia 31 grudnia 2019 r. (karty nr 687-688) Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o wszczęciu wobec niej postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, które nastąpiło postanowieniem numer RKR - 104/2019 z dnia 30 grudnia 2019 roku, a także o sformułowanych w nich zarzutach (karty nr 1-14). Postanowieniem nr 107/2019 z dnia 31 grudnia 2019 r. Prezes UOKiK zaliczył w poczet dowodów niniejszego postępowania materiał dowodowy z postępowania wyjaśniającego w postaci pism Spółki wraz z załącznikami oraz pism innych podmiotów (karta nr 16).

Pismem z 3 lutego 2020 roku Spółka przedstawiła swoje stanowisko odnośnie postawionych jej przez Prezesa UOKiK zarzutów. Zdaniem Spółki, stosowany przez nią w prowadzonej działalności model biznesowy nie wyczerpuje znamion systemu promocyjnego typu piramida. Argumentacja Spółki opierała się na przytoczeniu opinii wyrażonej przez rzecznik generalną TSUE w sprawie *4finance*, C-515/12, EU:C:2013:868 (pkt 55), gdzie zostały przedstawione minimalne wspólne elementy takiego systemu, tj.:

- 1) systemy tego rodzaju pozyskują dochód z nowych członków;
- 2) na rzecz obecnych członków dokonywane są wypłaty;
- 3) wypłaty te są finansowane ze składek nowych członków, a nie ze sprzedaży produktów;

¹ Jak wynika z informacji ujawnionych w rejestrze przedsiębiorców KRS do 11.05.2020 - data dokonania wpisu - siedzibą przedsiębiorstwa był Nowy Sącz a od ww. daty jest Kraków.

² Od 13 maja 2020 r. Prezesem Zarządu Luxinvest sp. z o.o. pozostaje [X].



- 4) osoby, które przystąpiły jako ostatnie (znajdujące się na najniższym poziomie), mają mniejsze szanse na uzyskanie korzyści, niż członkowie, którzy znajdują się wyżej (obecni członkowie), ponieważ w celu uzyskania zysku przez każdego członka do systemu nieustannie musieliby przystępować nowi uczestnicy.

Przywołano także wyrok w tejże sprawie, w którym zostały wskazane trzy przesłanki opisujące system promocyjny typu piramida:

Spółka wskazała fragment orzeczenia Trybunału w przedmiotowej sprawie, w którym uznano, że „system promocyjny typu „piramida” stanowi praktykę handlową uznawaną za nieuczciwą w każdych okolicznościach tylko wówczas, gdy system taki wymaga od konsumenta świadczenia finansowego, niezależnie od jego wysokości, w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów”.

W odniesieniu do opinii rzecznik generalnej TSUE, Spółka podniosła że działalność Quantum sp. z o.o. przede wszystkim nie spełniła przesłanki pierwszej i podstawowej, tj. nie była zorientowana na czerpanie dochodu od nowych członków. Poparciem tego twierdzenia miała być możliwość przystąpienia do przedsięwzięcia „na zasadach 0 zł”, cała procedura zakupu „pakietów” została przedstawiona jako nieobowiązkowa opcja dla konsumenta. W konsekwencji każde działanie konsumenta polegające na sprzedawaniu, czy kupowaniu pakietów jest przedstawiane jako „dobrowolny i swobodny wybór konsumenta, pozwalający na zwiększenie otrzymywanych korzyści”, ponieważ mógł on poprzestać na otrzymywaniu prowizji standardowej, tj. 10%. Spółka wskazała także na korelację zakupu „pakietu” ze wzrostem korzyści materialnych dla konsumenta - według Quantum, taka osoba dzięki zakupionym „pakietom” posiada większą wiedzę i jest przez to bardziej doświadczona w prowadzonym przez nią modelu biznesowym.

Spółka zaprzeczyła spełnienia przesłanki trzeciej, tj. możliwości finansowania wypłat dla obecnych członków ze składek nowych członków, a nie sprzedaży produktów. Jako dowód wskazała wyżej wymienioną opcję funkcjonowania w systemie „na zasadzie 0 zł”. Także ta zasada ma według Spółki stanowić o nieistnieniu przesłanki czwartej, ponieważ w efekcie: „(...) każdy konsument ma takie same szanse awansu i takie same możliwości uzyskiwania korzyści materialnych” oraz „konsument współpracujący ze Spółką, może otrzymywać korzyści materialne, niezależnie od tego czy i w jakiej ilości do systemu przystąpią inni konsumenci”.

[dowód: pismo Quantum z 30 stycznia 2020 r. (karty nr 691-695)]

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił co następuje:

Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu jest podmiotem wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy, pod numerem 0000721164. Prezesem Zarządu jest, natomiast Wiceprezesem Zarządu jest [X]. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. finansowa działalność usługowa (z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych), doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania, działalność wspomagająca edukację, działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat, działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych, działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów.

[dowód: wydruk z Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonej przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, stan na dzień 20 grudnia 2021 r. (karty nr 722-728)]

Analiza informacji w toku postępowania wyjaśniającego wykazała, że Quantum oferuje usługi szkoleniowe dla osób fizycznych i prawnych oraz pośredniczy w zawieraniu umów o dochodzenie roszczeń majątkowych z Polskim Instytutem Odszkodowań sp. z o.o.



z siedzibą w Warszawie (dalej: „PIO”). Ponadto, Spółka prowadziła stronę internetową www.quantumodszkodowania.pl³.

[dowód: pismo Quantum z 28 sierpnia 2018 r. (karty nr 64-67), pismo Quantum z 26 lipca 2019 r. (karty nr 340-343)]

Z informacji przekazanych przez Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu wynika, iż wszyscy konsumenci będący w strukturach sprzedażowych Luxinvest stali się od momentu rejestracji Quantum automatycznie częścią analogicznej struktury w tej spółce.

[pismo Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu z 3 stycznia 2018 r. (karty nr 89-90)]

Zaznaczyć przy tym należy, że ogół zebranych informacji w toku postępowania wyjaśniającego wskazuje jednoznacznie na tożsamość Quantum z Luxinvest m.in. w zakresie przedmiotu działalności, danych personalnych członków zarządu, jak również wizualnej prezentacji obu spółek, w tym w szczególności identyczność znaku towarowego. Przedmiotem działalności zarówno Luxinvest, jak i Quantum wykazany w KRS jest m.in. finansowa działalność usługowa (z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych), doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania, działalność wspomagająca edukację, działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat, działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych, działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów.

[dowód: wydruk z Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonej przez Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, stan na dzień 20 grudnia 2021 r. (karty nr 722-728)]

Wskazać ponadto należy, iż zgodnie z twierdzeniami Quantum od 4 lipca 2018 r. do chwili obecnej stroną nowo zawieranych umów z konsumentami pozostaje w zakresie przedmiotowej działalności Quantum International EN LLC, a ponadto część konsumentów będących w strukturach sprzedażowych Quantum dokonało przejścia do Quantum International EN LLC z siedzibą w Cheyenne w Stanach Zjednoczonych.

[dowód: pismo Quantum z 24 września 2019 r. (karty nr 365-371)]

Z uwagi na bezskuteczne próby doręczenia Spółce korespondencji urzędowej na adres wskazany w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, Prezes Urzędu dnia 7 lutego 2019 r. zwrócił się do Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatury w Nowym Sączu o przeprowadzenie oględzin w celu dokonania weryfikacji faktycznej działalności Spółki pod wskazanym adresem. W dniu 26 lutego 2019 r. Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Krakowie Delegatura w Nowym Sączu ustaliła, iż wpis dotyczący danych adresowych siedziby Spółki jest niezgodny z rzeczywistym stanem rzeczy. Przeprowadzone w terenie oględziny wykazały, iż pod figurującym w Krajowym Rejestrze Sądowym adresem „(...) żadna firma nie prowadzi w nim działalności (...) nie ustalono żadnych oznak wskazujących na aktywność wskazanej firmy. Przed budynkiem ustawiono baner informujący o ofercie sprzedaży budynku (...)”, co ponadto potwierdziła dokumentacja fotograficzna przedłożona Prezesowi UOKiK przez Inspekcję:

³ Na dzień wydania decyzji strona pozostaje nieaktywna.





(kopia fotografii przesłana przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatura w Nowym Sączu dnia 28 lutego 2019 r. prezentująca obiekt przy ul. Myśliwskiej 2 w Nowym Sączu)

[dowód: pisma skierowane do Quantum i zwrócone przez Poczta Polską w dniach: 24 sierpnia 2018 r. (karty nr 62-63), 3 września 2018 r. (karty nr 68-69), 25 stycznia 2019 r. (karty nr 94-95.)]

[dowód: pismo Prezesa UOKiK z 7 lutego 2019 r. (karta nr 463)]

[dowód: pismo Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatury w Nowym Sączu z 26 lutego 2019 r. (karty nr 454-458)]

W związku z powyższym Prezes Urzędu dnia 4 marca 2019 r. wystosował pismo do Sądu Rejonowego dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego celem wszczęcia z urzędu postępowania przymuszającego o zmianę danych w KRS. Zgodnie z wpisem z dnia 18 września 2019 r. wykreślono adres Quantum (tj. ul. Myśliwską 2). Z uwagi na brak odbioru korespondencji pod wskazanym adresem siedziby, wszystkie kierowane przez Prezesa UOKiK pisma do Spółki były również dostarczane za pośrednictwem poczty elektronicznej - e-mail - w formie kopii na elektroniczne skrzynki pocztowe Członków Zarządu. Na prośbę Prezesa Urzędu Spółka wskazała adres korespondencyjny, tj. ul. [X] w [X], następnie ul. [X] w [X], a następnie ul. [X] w [X]. Na przesłaną pod wskazany adres korespondencję Spółka odpowiadała.

[dowód: pismo Prezesa UOKiK z 4 marca 2019 r. (karta nr 453)]

[dowód: pismo Sądu Rejonowego dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy z 23 maja 2019 r. (karty nr 459-462)]

Ocena stanu faktycznego

Warunki współpracy w strukturze Quantum

Przystąpienie konsumenta do struktury „Quantum” następowało każdorazowo poprzez podpisanie ze Spółką tzw. „Umowy Agencyjnej” (dalej także „Umowa”), na którą składały się również załączniki: nr 1 o nazwie: „Tabela Kariery” oraz nr 2 o nazwie „Tabela Prowizji”. Konsument, zawierając przedmiotową „Umowę” stawał się wówczas tzw. Partnerem - uczestnikiem systemu Quantum, dalej także „Uczestnikiem”. Wzorec przedmiotowej Umowy był stosowany przez Spółkę - w obrocie z konsumentami - okresie od 19 października 2017 roku do 3 lipca 2018 roku.

[dowód: pismo Quantum z 24 września 2019 r. (karty nr 365-371)]



System działania Spółki określony został w Umowie jako: „Plan kariery i system rekomendacyjny”. Istotą uczestnictwa we wskazanym programie było pośredniczenie Uczestnika w sprzedaży usług szkoleniowych oraz zawieranie umów o dochodzenie roszczeń odszkodowawczych, przy czym umowy te nie stanowią bezpośredniego przedmiotu analizy Prezesa UOKiK, bowiem były zawierane na rzecz PIO i dotyczyły likwidacji szkód osobowych, rzeczowych oraz dochodzenia roszczeń majątkowych.

Spółka w obrębie swojej struktury oferowała możliwość długo lub krótkoterminowej współpracy, polegającej na sprzedaży usług szkoleniowych o tematyce szeroko pojętego biznesu oraz rozwoju osobistego. Po dokonaniu zakupu, konsumentowi udostępnione zostawały usługi w formie online, których zakres przedmiotowy został zróżnicowany za pomocą produktów Spółki, określanych jako pakiety szkoleń, tj. pakiet „VIP”, „BIZNES” oraz „MINI”.

Spółka oferowała trzy rodzaje pakietów w następujących cenach:

- 1) Pakiet VIP - 14 300 zł,
- 2) Pakiet BIZNES - 5 390 zł,
- 3) Pakiet MINI - 2 690 zł.

Wykaz zagadnień wchodzących w skład poszczególnych pakietów Quantum został zamieszczony w załączniku nr 2 do Umowy o nazwie: „Programy szkoleniowe online dla wybranych pakietów Quantum”.

Spółka w toku postępowania właściwego wskazała, że „pakiety szkoleń” stanowiły szkolenia video, a „głównym czynnikiem, rozróżniającym poszczególne Pakiety jest ich wartość edukacyjno-merytoryczna, związana z dostępnymi w nich szkoleniami. Im wyższy Pakiet, tym wartość ta wzrasta, a tym samym zwiększają się umiejętności biznesowe posiadacza tego Pakietu”.

[dowód: pismo Quantum z 30 stycznia 2020 r. (karty nr 691-695)]

System korzyści uzyskiwanych przez Uczestnika struktury

Zgodnie z pkt a) „Planu awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”: „Partner ma możliwość zdobywania kolejnych stopni w Planie Kariery co wiąże się z prawem używania tytułów przypisanych każdej pozycji oraz ze wzrostem podstawy naliczania wynagrodzenia, jak również z obowiązkami przypisanymi do danej pozycji”. Do uzyskania wskazanej prowizji liczyła się sprzedaż następujących pakietów: „MINI”, „BIZNES” oraz „VIP”. Uczestnik nabywał prawo do uzyskania wszelkich prowizji z chwilą faktycznego wpływu środków finansowych na rachunek Quantum sp. z o.o. W przypadku gdy Uczestnik sprzedał pakiet „MINI”, „BIZNES” lub „VIP” przysługiwały mu opisane poniżej prowizje.

Rodzaje prowizji

I rodzaj prowizji - prowizja wynikająca z „Planu awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”, której wysokość uzależniona była od pozycji zajmowanej przez Uczestnika w strukturze Quantum, a także ściśle związana z kategorią sprzedanego pakietu szkoleń. Zgodnie z pkt b) „Planu awansów...”: „Podstawą awansu na wyższą pozycję jest liczba pakietów, zgromadzonych na koncie Partnera [w rozumieniu Uczestnika - komentarz Prezesa UOKiK]”. Każdy konsument, który zawarł Umowę z Quantum zaczynał karierę w systemie od pozycji „Sympatyk”. Miał on możliwość zdobywania kolejnych stopni w „Planie awansów...”, tj. „Partner”, „Senior Partner”, „Manager”, „Senior Manager”, „Dyrektor Regionalny”, „Dyrektor Krajowy”, „Dyrektor Międzynarodowy”, „Dyrektor Globalny”. Zmiana wysokości prowizji wynikała z liczby sprzedanych pakietów szkoleń, co było bezpośrednio związane z wprowadzaniem nowych osób do systemu.

Przykładowo, przy sprzedaży pakietu „VIP” bezpośredni zysk dla osoby na pozycji „Sympatyk” wynosił 800 zł. Sprzedaż tego samego pakietu przez osobę na pozycji „Partner” gwarantowała jej zysk już na poziomie 1400 zł. Warunkiem awansowania na pozycję



„Partner” było skuteczne dokonanie sprzedaży 3 pakietów szkoleń. Kolejne stopnie uzależnione były od zgromadzenia na koncie Uczestnika określonej liczby sprzedanych pakietów „w okresie produkcyjnym”, tj. od momentu zawarcia Umowy. Osiągnięcie pozycji „Senior Partner” następowało poprzez bezpośrednie sprzedanie kolejnych 3 pakietów szkoleń w ciągu 3 miesięcy od dnia osiągnięcia pozycji „Partner”. W praktyce oznaczało to, że Spółka stosowała swego rodzaju system motywacyjny polegający na premiowaniu osób, które w narzuconym przez Spółkę, krótkim okresie miały wprowadzać kolejne osoby do systemu. W momencie, w którym Uczestnikowi nie udało się jednak zrealizować w wyznaczonym czasie powyższego celu miał on kolejną możliwość awansowania m.in. poprzez wykazanie 20 sprzedanych pakietów szkoleń, licząc od pozycji „Sympatyk”. W konsekwencji, niezrealizowanie przez Uczestnika planu sprzedażowego w wyznaczonym czasie pociągało za sobą obowiązek wprowadzenia większej liczby osób do systemu celem osiągnięcia awansu strukturalnego. Awansowanie z pozycji „Senior Partner” na pozycję „Manager”, zgodnie z „Planem awansów...” wiązało się ze sprzedażą 5 pakietów szkoleń, a jednocześnie wykazaniem 50 sprzedanych pakietów od początku kariery. Co więcej, począwszy od pozycji „Senior Manager” wzwyż obowiązywała tzw. „klauzula 50%”. Oznaczała ona, że liczba pakietów zaliczonych Uczestnikowi na poczet awansu z jednej bezpośredniej struktury Uczestnika nie mogła przekroczyć 50% wszystkich pakietów potrzebnych do zdobycia kolejnego stopnia w „Planie awansów...”. Uczestnik miał bowiem możliwość awansu na pozycję „Senior Manager” jedynie, gdy posiadał minimum dwie niezależne struktury, które sprzedały co najmniej po 50 pakietów każda. Warunkiem awansu na najwyższe pozycje w systemie było dokonywanie sprzedaży już w co najmniej trzech niezależnych strukturach. Istotną kwestią pozostawał fakt, że każda ze struktur musiała składać się z innych Uczestników, co implikowało obowiązek doptywu coraz to nowszych osób do Spółki.

Poniższy skan przedstawia warunki uzyskiwania korzyści materialnych przez Uczestnika z uwzględnieniem jego pozycji w „Planie awansów...” oraz wysokości prognozowanego zysku:



Plan awansów QUANTUM dla pakietów : MINI, BIZNES, VIP (kwoty podane w zł)

	Warunki awansu			
	MINI	BIZNES	VIP	
Dyrektor Globalny	1150	1950	5000	Trzy pakiety na pozycji Dyrektor Krajowy w trzech niezależnych strukturach oraz uruchomionych 3000 pakietów w ciągu roku (klauzula 50%)
Dyrektor Międzynarodowy	1000	1750	4500	Trzy pakiety na pozycji Dyrektor Regionalny w trzech niezależnych strukturach oraz uruchomionych 900 pakietów w okresie produkcyjnym lub 1200 uruchomionych pakietów w ciągu roku (klauzula 50%)
Dyrektor Krajowy	900	1550	4000	Trzy pakiety na pozycji Senior Manager w trzech niezależnych strukturach oraz uruchomionych 600 pakietów w okresie produkcyjnym lub 850 uruchomionych pakietów w ciągu roku (klauzula 50%)
Dyrektor Regionalny	800	1350	3500	Trzy pakiety na pozycji Manager w trzech niezależnych strukturach oraz uruchomionych 200 pakietów w okresie produkcyjnym lub 350 uruchomionych pakietów w ciągu roku (klauzula 50%)
Senior Manager	700	1150	3000	Trzy pakiety na pozycji Senior Partner bezpośrednio ze swojej pozycji (ze swojego ID) oraz uruchomionych 100 pakietów w okresie produkcyjnym (klauzula 50%)
Manager	600	900	2500	Pięć pakietów bezpośrednio ze swojej pozycji (ze swojego ID) oraz uruchomionych 50 pakietów w okresie produkcyjnym
Senior Partner	400	700	1900	Trzy pakiety bezpośrednio ze swojej pozycji (ze swojego ID) w ciągu 3 miesięcy lub uruchomionych 20 pakietów w okresie produkcyjnym
Partner	300	600	1400	Trzy pakiety bezpośrednio ze swojej pozycji (ze swojego ID)
Sympatyk	200	350	800	Regulamin - START

(skan załącznika nr 1 do Umowy Agencyjnej przedstawiający „Plan awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”)

W toku postępowania ujawniono, że Quantum posiada w swojej ofercie także pakiet „START”, który opisał jako: „Pakiet START - 1700 zł - 5% - jest nowym pakietem, który został dodany jako dodatkowy do już wcześniej występujących. Pakiet ten zawiera: 5% wynagrodzenia w odszkodowaniach oraz następujące szkolenia online: proces sprzedaży, network marketing success, pewność siebie. Pakiet ten nie zastępuje możliwości nawiązania współpracy na zasadzie „UMOWA - 0 zł -5%”, a stanowi jedynie dodatkowy pakiet, zawierający dodatkowe profity w postaci filmów szkoleniowych”.

II rodzaj prowizji - Kolejnym rodzajem prowizji była dodatkowa prowizja pośrednia (tzw. „międzyprowizja”), która była naliczana Uczestnikowi z tytułu dokonania sprzedaży pakietu szkoleń przez jednego z wprowadzonych przez siebie Uczestników, będących w jego strukturze sprzedażowej.

Ten rodzaj prowizji stanowił różnicę pomiędzy kwotą przypisaną aktualnej pozycji Uczestnika w tabeli „Plan awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”, a kwotą przypisaną w tej tabeli pozycji osoby ze struktury Uczestnika, która doprowadziła bezpośrednio do sprzedaży pakietu szkoleń. Jednakże, prowizja ta przysługiwała Uczestnikowi jedynie wówczas, gdy Uczestnik i osoba z jego struktury znajdowali się na różnych pozycjach wg. „Planu awansów...”. Przykładowo, jeżeli w strukturze sprzedażowej Uczestnika będącego „Managerem”, osoba na pozycji „Partner” sprzedała pakiet „MINI”, Manager otrzymywał z tego tytułu prowizję pośrednią w wysokości 300 zł (600 zł - 300 zł = 300 zł, tj. kwota przypisana pozycji Manager dla pakietu MINI minus kwota przypisana pozycji Partner dla pakietu MINI daje różnicę trafiającą do Managera jako międzyprowizja).



Opisując przedmiot działalności Spółki, wskazano dwa główne obszary jej aktywności. Oprócz budowania struktur sprzedażowych związanych z dystrybucją pakietów szkoleń, Spółka zajmowała się także pośrednictwem w dochodzeniu roszczeń majątkowych. Z tą też działalnością ściśle związany był ostatni rodzaj prowizji.

III rodzaj prowizji - Osoba będąca w strukturze Quantum, oprócz dystrybucji pakietów mogła także dodatkowo uzyskiwać korzyści materialne poprzez zawieranie z konsumentami umów o dochodzenie roszczeń majątkowych. Zadaniem Uczestnika było wyszukiwanie na rynku konsumentów zainteresowanych dochodzeniem swoich roszczeń majątkowych (w tzw. sprawach odszkodowawczych) oraz pośredniczenie w zawieraniu z nimi umów. W powszechnie dostępnych ofertach pracy na rynku tzw. kancelarii odszkodowawczych tego typu zawód jest opisywany zazwyczaj jako „specjalista ds. odszkodowawczych”, czy „przedstawiciel kancelarii odszkodowawczej”. Stroną umów o dochodzenie roszczeń majątkowych pozostawał wówczas PIO oraz konsument dochodzący swoich roszczeń. W powyższym przypadku Quantum w osobie Uczestnika było pośrednikiem zawartej umowy. W związku z pełnieniem wskazanej roli Uczestnik otrzymywał odpowiednio prowizję w wysokości 10%, 13% lub 17%, naliczaną każdorazowo od kwoty będącej wynagrodzeniem Quantum za skuteczne dochodzenie roszczeń majątkowych. Wysokość tej prowizji uzależniona była jednocześnie od rodzaju wykupionego przez Uczestnika pakietu szkoleń, tj. „MINI”, „BIZNES” lub „VIP”. PIO przysługiwało wynagrodzenie w wysokości 25 % z kwoty wypłaconej lub wyegzekwowanej na rzecz konsumenta. Natomiast wynagrodzenie Quantum stanowiło 40 % z kwoty należnej PIO. W końcu procent należny Uczestnikowi z tytułu przedmiotowej prowizji naliczany był dopiero z wynagrodzenia Quantum i mógł stanowić 10%, 13% lub 17% kwoty tego wynagrodzenia w zależności od wykupionego pakietu szkoleń. Istotnym warunkiem przyznania opisanej wyżej prowizji było jednak skuteczne wyegzekwowanie lub wypłacenie kwoty roszczenia na rzecz konsumenta od podmiotu zobowiązanego.

Przykładowo, przy umowie o dochodzenie roszczeń majątkowych zawartej przez Uczestnika z konsumentem w przypadku określenia wartości przedmiotu sporu na 10 000 zł, 75 % tej kwoty trafiałoby do konsumenta (tj. 7 500 zł), natomiast 25% (tj. 2 500 zł) stanowiłoby kwotę wynagrodzenia dla PIO, z której to 40% stanowiłoby wynagrodzenie Quantum. Zgodnie z powyższym wynagrodzenie Quantum wynosiłoby 1 000 zł, z której to kwoty naliczona zostawałaby przedmiotowa prowizja dla Uczestnika. Tytułem wskazanego przykładu Uczestnik posiadający pakiet „MINI”, który doprowadziłby do bezpośredniego zawarcia umowy o dochodzenie roszczeń na kwotę 10 000 zł, otrzymałby prowizję w wysokości 10 %, tj. 100 zł. Skan załącznika nr 1 do Umowy Agencyjnej prezentuje wysokość prowizji należnej Uczestnikowi z uwzględnieniem posiadanego pakietu szkoleń:

Współpraca (0 zł)	Pakiet Mini	Pakiet Biznes	Pakiet VIP
5%	10%	13%	17%

(skan załącznika nr 1 do Umowy Agencyjnej przedstawiający prowizję opisaną powyżej)

Propagowanie współpracy w strukturze Quantum

Spółka organizowała na terenie całej Polski dwa rodzaje wydarzeń, w trakcie których przedstawiana została konsumentom możliwość podjęcia współpracy w modelu biznesowym Quantum. Pierwszym z nich były Konferencje Edukacyjno-Biznesowe (dalej także „Konferencje”) stanowiące cyklicznie organizowane, ogólnopolskie wydarzenia Spółki, których uczestnikami mogły być zarówno osoby będące w strukturze Quantum, jak i zaproszeni goście spoza tej struktury. Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę, Quantum pozostawało organizatorem tych wydarzeń w okresie od 3 marca 2018 r. do 9 czerwca 2018 r. Konferencje wówczas odbywały się w Krakowie oraz Łodzi. Były to wydarzenia całonocne, na których uczestnicy mogli pozyskać wiedzę z zakresu m.in. oferowanych szkoleń, a także rozwoju osobistego, prawa oraz rynku odszkodowań. Spółka



podkreślała, że Konferencje Edukacyjno-Biznesowe miały na celu edukację uczestników z zakresu przysługujących im praw, a jednocześnie pozyskanie nowych członków do struktury. Warunkiem wzięcia udziału w Konferencjach było zakupienie biletu wstępu w cenie zgodnej z obowiązującym wówczas cennikiem. Spółka reklamowała ostatnie zorganizowane tego typu wydarzenie w sposób zaprezentowany poniżej:



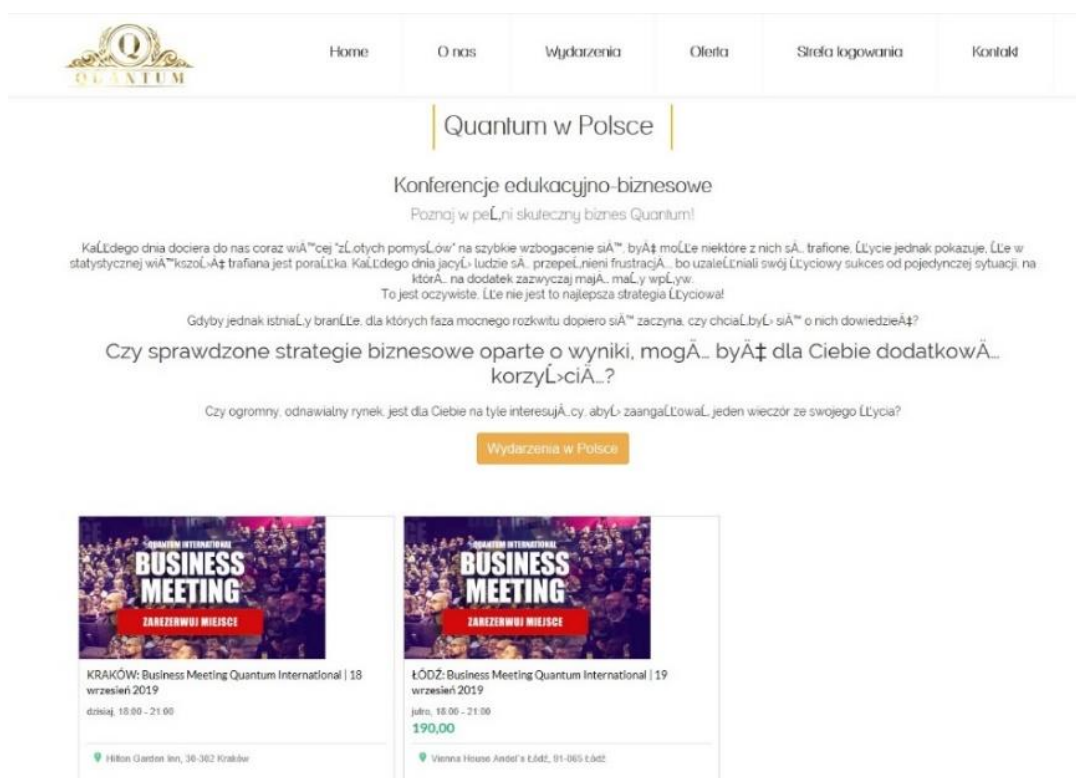
(zrzut z ekranu postu z dnia 27 maja 2018 r. umieszczonego na stronie Spółki na portalu Facebook)

Drugim rodzajem wydarzeń były tzw. „Business Meetingi”, stanowiące dwugodzinne wydarzenia prezentujące model biznesowy Quantum, warunki finansowe, informacje dotyczące uzyskiwania korzyści, a także wartość rynku, na którym Spółka była aktywna (tj. odszkodowań, prawa oraz szkoleń). Warunkiem wzięcia udziału w „Business Meetingu” było zakupienie biletu wstępu w cenie zgodnej z obowiązującym wówczas cennikiem. Z informacji pozyskanych od Spółki wynika, iż „Business Meetingi” były organizowane w okresie od 20 grudnia 2017 r. do 29 maja 2018 r. w miastach takich jak Kraków, Katowice, Warszawa, Niepołomice czy Łódź.

Na stronie internetowej Spółki www.quantumodszkodowania.pl nie prezentowano szczegółów merytorycznych dotyczących możliwości podjęcia współpracy przez konsumenta z Quantum. Według wyjaśnień Spółki strona internetowa pozostawała w budowie i stanowiła jedynie zbiór podstawowych danych m.in. o wynikach PIO z zakresu dochodzenia roszczeń odszkodowawczych, prowadzonych przez Spółkę rodzajów spraw oraz organizowanych wydarzeń edukacyjno-biznesowych. Wizualna forma strony internetowej wskazuje, że adresatami prezentowanych tam treści byli raczej potencjalni klienci Spółki, tj. osoby zainteresowane dochodzeniem roszczeń majątkowych.

Poniżej umieszczony został zrzut z ekranu zakładki „Wydarzenia”, dostępnej na przedmiotowej stronie, stanowiący zaproszenie do wzięcia udziału w wydarzeniach Spółki:





Home O nas Wydarzenia Oferta Strona logowania Kontakt

Quantum w Polsce

Konferencje edukacyjno-biznesowe
Poznaj w pełni skuteczny biznes Quantum!

Każdego dnia dociera do nas coraz więcej "złoty pomysłów" na szybkie wzbogacenie się... byÅł moÅle niektóre z nich sÅ. Trafione. Źycie jednak pokazuje, Åle w statystycznej wiÅkszoÅci trafiana jest porażka. Każdego dnia jacyÅ ludzie sÅ, przepelnieni frustracjÅ, bo uzaleÅniali swój Źyciowy sukces od pojedynczej sytuacji, na którÅ, na dodatek zazwyczaj mają, mały wpływ.
To jest oczywiste. Åle nie jest to najlepsza strategia Źyciowa!

Gdyby jednak istniały branÅe, dla których faza mocnego rozwoju dopiero siÅ zaczyna, czy chciÅbyÅ siÅ o nich dowiedzieÅ?

Czy sprawdzone strategie biznesowe oparte o wyniki, mogÅ byÅ dla Ciebie dodatkowÅ...
korzyÅciÅ...?

Czy ogromny, odnawialny rynek, jest dla Ciebie na tyle interesujÅcy, abyÅ zaangażowaÅ jeden wieczór ze swojego Źycia?

Wydarzenia w Polsce

QUANTUM INTERNATIONAL BUSINESS MEETING
ZAREZERWUJ MIEJSCE

KRAKÓW: Business Meeting Quantum International | 18 września 2019
dzisiaj, 18:00 - 21:00
Hilton Garden Inn, 36-362 Kraków

QUANTUM INTERNATIONAL BUSINESS MEETING
ZAREZERWUJ MIEJSCE

ŁÓDŹ: Business Meeting Quantum International | 19 września 2019
jutro, 18:00 - 21:00
190,00
Vimena House Ardeł's Łódź, 91-065 Łódź

(zrzut z ekranu zakładki „Wydarzenia” dostępnej na stronie www.quantumodszkodowania.pl z dnia 18 września 2019 r.)

Analiza wyżej wymienionej witryny internetowej wykazała, że Spółka informowała konsumentów w sposób ogólnikowy o idei Konferencji Edukacyjno-Biznesowych, na których można było poznać tzw. „skuteczny biznes Quantum”. Zachęcała do wzięcia w nich udziału, obiecując jednocześnie możliwość czerpania korzyści materialnych, wynikających z dołączenia do struktury biznesowej Quantum. Ponadto, po kliknięciu w interaktywny przycisk „Wydarzenia w Polsce” pole to pozostawało nieaktywne, a konsument nie był przekierowywany do strony, na której mógłby powziąć informacje o zaplanowanych terminach Konferencji. Konsument (nawet na dzień przed planowaną Konferencją czy „Business Meetingiem”) nie miał zatem możliwości zapoznania się z harmonogramem wydarzenia w celu dokonania oceny czy prezentowana tematyka go interesuje i podjęcia ewentualnej decyzji o zakupie biletów na przedmiotowe wydarzenia. Poniżej natomiast, wyświetlały się najbliższe organizowane przez Spółkę „Business Meetingi”. Kliknięcie w jedno z dostępnych wydarzeń Spółki w witrynie internetowej powodowało wyświetlenie się panelu wyboru biletu w sposób przedstawiony poniżej:



Home

O nas

Wydarzenia

Oferta

Strefa logowania

Kontakt

Czy sprawdzone strategie biznesowe oparte o wyniki, mogÄ... byÄ† dla Ciebie dodatkowÄ...
korzyL>ciÄ...?

Czy ogromny, odnawialny rynek, jest dla Ciebie na tyle interesujÄ...cy, abyL> zaangaL>TowaL, jeden wieczór ze swojego L>Tycia?

Wydarzenia w Polsce

[« powrót do listy wydarzeń](#)

ŁÓDŹ: Business Meeting Quantum International | 19 wrzesień 2019

19 Września 2019, 18:00-21:00 (Czwartek)

Vienna House Andel's Łódź, 91-065 Łódź

Rodzaj	Dostępne do	Cena	Liczba
STANDARD	już niedostępne	80,00 zł	-
STANDARD	już niedostępne	120,00 zł	-
STANDARD	19 Września 2019	190,00 zł	1

Sposób płatności: Szybka płatność online (6,54 zł)

Do zapłaty: 196,54 zł

Kup bilet

(zrzut z ekranu ze strony www.quantumodszkodowania.pl z dnia 18 września 2019 r.)

Trzy rodzaje biletów zostały zróżnicowane pod względem cenowym. Spółka wykazała, że poszczególne wysokości cen biletów były zależne od charakteru, w jakim konsument uczestniczył w „Business Meetingach”. Mógł on uczestniczyć jako współpracownik Quantum, jak i jako gość spoza struktury. Powyższe informacje, wskazywały jednoznacznie, iż prezentowane pod adresem internetowym Spółki www.quantumodszkodowania.pl treści nie zawierały szczegółów merytorycznych w zakresie podjęcia współpracy z Quantum, a jedynie zachęcały do wzięcia udziału w spotkaniach. Jednocześnie strona w sposób ogólnikowy przedstawiała wyniki osiągane przez PIO w sprawach odszkodowawczych, co mogło sugerować konsumentom, że wyniki te są bezpośrednim rezultatem Quantum („Naszemu Klientom wypłaciliśmy już ponad 50 000 000,00 zł odszkodowań. Obsługujemy ponad 300 nowych Klientów miesięcznie”, poprzedzone nagłówkiem „Zobacz, jak pracujemy”). Spółka ponadto, w zakładce „Oferta” wskazywała jedynie katalog przykładowo dochodzonych roszczeń majątkowych. Po kliknięciu w interaktywne fotografie pozostawały one nieaktywne. „Strefa logowania” dla klienta i dla współpracownika Quantum na wskazanej stronie internetowej także pozostawała nieaktywna. Powyższa analiza pozwala jednoznacznie stwierdzić, że strona w sposób ogólny i niezbyt zrozumiały przedstawiała działania Spółki. Aby dowiedzieć się więcej o działalności Spółki konsument powinien być wziąć udział w jednym z biletowanych wydarzeń Quantum.

Spółka kierowała swoją ofertę udziału w opracowanym modelu biznesowym do konsumentów jak i przedsiębiorców, co wynika bezpośrednio z informacji przekazanych przez Quantum w toku postępowania wyjaśniającego. Spółka wykazała wówczas, że większość osób przystępujących do struktury ma status konsumenta.

[dowód: pismo Quantum z 28 sierpnia 2018 r. (karta nr 66)]

Z przedstawionego modelu propagowania współpracy w strukturze Quantum wyłania się następujący obraz: Spółka docierała do potencjalnych konsumentów głównie poprzez media społecznościowe, zamieszczając informacje dotyczące bezpłatnych wydarzeń, które miały dać uczestnikom wiedzę o sposobach na zwiększenia swoich dochodów. Część prelekcji podczas wydarzeń dotyczyła mechanizmów uczestnictwa w systemie Quantum,

co wskazywała sama Spółka. Następnym krokiem dla potencjalnego uczestnika systemu było przystąpienie do niego w drodze podpisania „Umowy Agencyjnej”. Zasady tegoż uczestnictwa zostały szczegółowo opisane w części decyzji „Warunki współpracy w strukturze Quantum”. Istotny element propagowania samej działalności Spółki był jednak przerzucony na samych konsumentów - zasadniczo systemy promocyjne typu piramida opierają się na poleceniach własnych, ponieważ to rolą członka piramidy jest aktywne werbowanie kolejnych potencjalnych kandydatów do uczestnictwa w niej.

Ocena prawna

Zastosowanie art. 27 uokik

Zgodnie z treścią art. 27 ust. 1 uokik nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ww. ustawy. W takim przypadku, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania (art. 27 ust. 2 uokik), przy czym ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy (art. 27 ust. 3 uokik).

W wyniku przeprowadzonego postępowania dowodowego ustalono, iż Spółka zaniechała zawierania „Umów Agencyjnych” 3 lipca 2018 r. Biorąc pod uwagę, że Spółka określiła tą datę jako graniczną dla zawierania umów i organizowania wydarzeń, a zwłaszcza Konferencji Biznesowych, stwierdzono, że z dniem 4 lipca 2018 r. praktyka określona w punkcie I sentencji decyzji została zaniechana.

Naruszenie interesu publicznego.

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działanie Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania właściwości 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, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli zawrzeć lub zawarli z przedsiębiorcą umowę. Działania przedsiębiorcy nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów - obecnych i przyszłych kontrahentów, 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 przedsiębiorcy pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, art. 24 ust.2 pkt 3 natomiast jako jedno z powyższych praktyk klasyfikuje nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Na gruncie niniejszej sprawy zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorcy.

W związku z powyższym, dla uznania zachowania przedsiębiorcy za naruszające zawarty w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakaz stosowania praktyk naruszających



zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1. oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. zachowanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
3. zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2021 r. poz. 162). W myśl art. 4 ust. 1 ww. ustawy przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (art. 3 ww. ustawy).

Poczynione w niniejszej sprawie ustalenia faktyczne nie pozostawiają wątpliwości co do tego, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu wskazanych powyżej przepisów. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w uokik i jej zachowanie może podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym jej działalności podlega kontroli przewidzianej w uokik.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami.

Na gruncie uokik sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów⁴. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Jednocześnie, dla stwierdzenia powyższego bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Quantum dopuściła się naruszenia art. 3 upnpr, który wskazuje że: „Zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych”.

Nieuczciwa praktyka rynkowa, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnpr.

Jedną z nieuczciwych praktyk rynkowych określonych w upnpr jest praktyka, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnpr. Zgodnie z jego treścią „Nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są następujące praktyki rynkowe wprowadzające w błąd: (...) zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów”. Przepis ten jest

4 Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07.



implementacją pkt 14 załącznika I do Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r.⁵ (dalej jako: „Dyrektywa”). Motyw 17 Preambuly powołanej Dyrektywy wskazuje, iż załącznik I, o którym mowa powyżej, został stworzony w celu zidentyfikowania praktyk, które należy uznać za nieuczciwe bez konieczności oceny konkretnego przypadku w świetle przepisów art. 5-9 Dyrektywy.

Wykładnia przepisu art. 7 upnpr również każe przyjąć, iż wszystkie praktyki wymienione w zamieszczonym w nim katalogu praktyk stanowią w każdych okolicznościach nieuczciwe praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Powyższe oznacza z kolei, że zakwalifikowanie stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej do katalogu praktyk wymienionych w art. 7 upnpr powoduje *ex lege* uznanie jej za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd bez konieczności uprzedniego wykazywania spełnienia przez nią przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 upnpr⁶, tj. sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.

Wobec powyższego, do uznania że działanie Spółki stanowi opisaną wyżej nieuczciwą praktykę rynkową, niezbędnym jest wykazanie, że mieści się ona w zakresie definicji praktyki zawartej w powołanym przepisie.

Jakkolwiek oferta Spółki była kierowana zarówno do konsumentów jak i przedsiębiorców, to jednak większość osób przystępujących do struktury miało status konsumenta. Spółka w żaden sposób nie zastrzegła, że wymagane do wstąpienia do systemu jako Partner jest prowadzenie działalności gospodarczej, wręcz odwrotnie - uczestnictwo w *Business Meetingu* lub *Konferencji Edukacyjno-Biznesowej* miało dopiero pokazać konsumentowi, jaką ścieżkę zarobkowania powinien wybrać, przy czym to właśnie uczestnictwo w systemie Quantum miało gwarantować zyski o wiele wyższe i szybsze niż prowadzenie tradycyjnej działalności gospodarczej.

[dowód: pismo Quantum z 28 sierpnia 2018 r. (karta nr 66), transkrypcja fragmentu konferencji organizowanej przez Quantum (karty nr 410-425)]

Ustalenia faktyczne i prawne poczynione w toku prowadzonego wobec Spółki postępowania wskazują, że stosowała ona praktykę, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnpr. O powyższym świadczą następujące okoliczności:

W całym okresie zawierania przez Spółkę umów zostały zakupione następujące Pakiety⁷:

Pozycja partnera	Liczba wszystkich partnerów danej pozycji	Liczba sprzedanych pakietów				Całkowity przychód ze sprzedaży pakietów (z prowizją)
		START	MINI	BIZNES	VIP	
Dyrektor Globalny	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Dyrektor Międzynarodowy	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	

⁵ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”) (Dz.U.UE.L.2005.149.22).

⁶ Tak Małgorzata Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Komentarz do art. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, LEX; analogiczne stanowisko wyrażone zostało przez Roberta Stefanickiego w *Komentarzu do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, wydanie I, LexisNexis, s. 365 - 366.

⁷ Tabela powołana za wyjaśnieniami Spółki w piśmie z dnia 30 kwietnia 2021 r.



Dyrektor Krajowy	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	[<] zł
Dyrektor Regionalny	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Senior Manager	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Manager	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Senior Partner	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Partner	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
Sympatyk	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	
SUMA	[<]	[<]	[<]	[<]	[<]	

Zdaniem Prezesa Urzędu, działania Przedsiębiorcy związane z prowadzeniem i propagowaniem systemu biznesowego Quantum w oparciu o opracowany i obowiązujący „Plan kariery i system rekomendacyjny” wypełniały przesłanki praktyki określonej w art. 7 pkt 14 upnr. Prowadzony przez Spółkę system polegający na sprzedaży pakietów szkoleń osobom spoza systemu Quantum sprzyjał rozwojowi struktur sprzedażowych Spółki, a opracowany system bonusów i prowizji, przydzielanych zgodnie z „Planem kariery i systemem rekomendacyjnym” służył wynagradzaniu osób zaangażowanych w rozwój systemu. Działania te były podejmowane w celu zachęcania do propagowania systemu, udziału w nim, a także dokonywania określonych wydatków (tj. na pokrycie kosztów dowolnego pakietu szkoleń) w celu uzyskiwania większych korzyści materialnych. Spółka podczas organizowanych przez siebie wydarzeń biznesowych (promowanych na stronie www.quantumodszkodowania.pl, na internetowej platformie sprzedaży biletów www.envenea.pl, w mediach społecznościowych tj. Facebook, Instagram, LinkedIn) oferowała możliwość podjęcia współpracy w zakresie sprzedaży pakietów szkoleń oraz uzyskiwania związanych z nimi prowizji z tytułu wprowadzenia do systemu nowych członków przez Uczestników. Zgodnie z zasadami systemu prowadzonego i propagowanego przez Spółkę konsument nabywał uprawnienie do uzyskania korzyści materialnych w momencie zawarcia z osobą spoza struktury umowy sprzedaży dowolnego pakietu szkoleń Quantum. Im większe było zaangażowanie finansowe nowego członka (tj. im droższy pakiet zakupił), tym większe korzyści z wprowadzania go do struktury otrzymywał Uczestnik. Konsument, który chciał osiągnąć bezpośredni zysk z tytułu:

1. prowizji wynikającej z „Planu awansów Quantum dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP” naliczanej w wysokości odpowiadającej pozycji zajmowanej przez Uczestnika w strukturze sprzedaży Quantum oraz zależnej od rodzaju sprzedanego pakietu szkoleń, musiał samodzielnie doprowadzić do sprzedaży pakietu szkoleń „MINI”, „BIZNES”, „VIP” z osobą spoza systemu Quantum. Wysokość prowizji ulegała zwiększeniu w chwili awansu Uczestnika na wyższą pozycję w strukturze sprzedaży, której osiągnięcie zależne było bezpośrednio od zawarcia określonej liczby sprzedanych pakietów wskazanych w „Planie awansów Quantum dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”,
2. tzw. „międzyprowizji”, tj. prowizji stanowiącej różnicę pomiędzy kwotą, przypisaną aktualnej pozycji Uczestnika zgodnie z „Planem awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP”, a kwotą przypisaną pozycji osoby ze struktury Uczestnika, która to doprowadziła bezpośrednio do sprzedaży określonego pakietu szkoleń, musiał spowodować, że osoba z jego struktury sprzedaży doprowadziła do sprzedaży pakietu „MINI”, „BIZNES” lub „VIP” z osobą spoza systemu Quantum. Prowizja przysługiwała Uczestnikowi jedynie wówczas, gdy Uczestnik i osoba z jego struktury znajdowali się na różnych pozycjach wg. „Planu awansów...”.

Wszystkie wskazane powyżej prowizje były bezpośrednio zależne od liczby nowo wprowadzonych członków do systemu.



Dodatkowo Uczestnik miał możliwość uzyskania prowizji w wysokości 10%, 13% lub 17% kwoty będącej wynagrodzeniem Quantum z racji zawartej przez niego umowy o dochodzenie roszczeń majątkowych, która zakończyła się skutecznym wyegzekwowaniem roszczeń od podmiotu zobowiązanego na rzecz konsumenta. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że przedmiotowa prowizja uzyskiwana w związku z dochodzeniem roszczeń majątkowych nie mieści się w zakresie zarzutu sformułowanym w niniejszej decyzji Prezesa UOKiK.

Podkreślenia w tym kontekście wymaga fakt, że Spółka przedstawiała grupę osób zaangażowanych w dystrybucję pakietów jako „pozytywne osoby chcące pomagać innym (...) świadomie dołączają do naszej społeczności”. Zarówno w mediach społecznościowych jak i w korespondencji z Urzędem Spółka określała siebie mianem społeczności, która gwarantowała osiąganie zysków, na warunkach szczegółowo opisanych w niniejszej decyzji. Co do zasady struktura społeczności miała charakter ekskluzywny, jednak konsument mógł stać się jej członkiem w wyniku uczestnictwa w płatnych wydarzeniach organizowanych przez Spółkę. Podczas opisanych wydarzeń konsument uzyskiwał wiedzę na temat charakteru działalności tej społeczności, przy czym nacisk był kładziony na prezentowanie potencjalnych korzyści, które konsument mógł uzyskać dołączając do struktury.

Spółka w swoim przekazie marketingowym wyraźnie akcentowała informacje dotyczące działalności odszkodowawczej, co jednoznacznie wskazywało, jakoby dochodzenie roszczeń majątkowych stanowiło główną i fundamentalną działalność Spółki, natomiast działalność szkoleniowa była jedynie jej dodatkową aktywnością. Konsumentom kojarząc obecność „kancelarii odszkodowawczych” na rynku i mając wiedzę, że jest to legalna forma działalności gospodarczej, ofertę Quantum odbierali jako wiarygodną. Z tego powodu byli bardziej skłonni nawiązać współpracę ze Spółką, widząc jednocześnie system dystrybucyjny jako formę uzupełnienia jej działalności na polu odszkodowawczym. Tymczasem to właśnie działalność polegająca na sprzedaży pakietów nowym osobom i wprowadzanie ich do systemu jest zasadniczą działalnością Spółki i to na tym polu byli aktywni Uczestnicy (na co wskazuje fakt, że dwie z trzech możliwych prowizji Uczestnik mógł osiągnąć właśnie poprzez sprzedaż szkoleń).

Jednocześnie Spółka posługiwała się zwrotami typowymi dla systemów promocyjnych typu piramida, takimi jak: „klub biznesowy”, „struktura”, „społeczność”, „lider struktury”, „parter”. Charakterystyczny był także model „przyśpieszania” pięcia się po szczeblach „kariery” poprzez dokonywanie wpłat pieniężnych, pod postacią „pakietu szkoleń”. Spółka umożliwiała także przekazanie osiągniętych zysków na poczet „zwiększenia pakietu”, czyli w praktyce dokupowania kolejnych szkoleń, zwiększających wysokość przyszłych prowizji.

Wszystkie przesłanki pozwalające stwierdzić, że dany system jest systemem promocyjnym typu piramida, zostały określone w pkt. 14 załącznika I do Dyrektywy (art. 7 pkt 14 unpr stanowi implementację przepisu zawartego w załączniku). W wyroku z 3 kwietnia 2014 r. (C- 515/12) Trybunał Sprawiedliwości sprecyzował, że tymi przesłankami są:

1) po pierwsze, by przystępujący do takiego systemu wpłacali świadczenie finansowe (pkt 23 ww. wyroku). Należy zauważyć, że Trybunał Sprawiedliwości nie wypowiedział się o sposobie pobierania przedmiotowego świadczenia, a jedynie o tym, że każdą kwotę wpłaconą na rzecz systemu promocyjnego przez przystępującego należy postrzegać - niezależnie od jej wysokości - jako świadczenie w rozumieniu pkt. 14 załącznika I do Dyrektywy (tak pkt 26 tegoż wyroku);

2) po drugie, istnienie związku między świadczeniami wpłacanymi przez nowo przystępujących członków a wynagrodzeniem pobieranym przez istniejących członków (pkt 27 ww. wyroku). Trybunał zauważył także, że system ma strukturę piramidy, jeśli składa się z różnych poziomów, zaś na szczycie znajduje się podmiot prowadzący, a nadto pozyskiwanie nowych członków następuje w sposób zbiorowy i wykazuje wzrost wykładniczy. Do poczynienia takich ustaleń niezbędne jest wykazanie, że wynagrodzenie wypłacane



na rzecz obecnych członków systemu jest uzależnione przede wszystkim od świadczeń wykonywanych przez nowo pozyskiwanych członków (wnioski ww. wyroku).

Biorąc pod uwagę powyższe, analiza sposobu uzyskiwania prowizji prowadzi do wniosku, iż korzyści z nich wynikające były uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych uczestników do systemu, bowiem bez tego elementu nie zostałyby one uzyskane. Fakt, iż jednym z wymogów w osiągnięciu kolejnych szczebli określonych w „*Planie awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP*” była konieczność dokonania zakupów „pakietów” przez nowo wprowadzone osoby jedynie potwierdza tę konkluzję - omawiane korzyści wygenerowane były w wyniku aktywności wielu osób wprowadzonych do systemu, w niewielkim zaś stopniu zależały od aktywności samych uczestników, a tym bardziej Spółki, której zadaniem było przygotowywanie i prowadzenie wydarzeń: *Business Meetingów* i *Konferencji Edukacyjno-Biznesowych* oraz przygotowywanie materiałów edukacyjnych, które wchodziły w skład „pakietów”. Spółka poprzez konstrukcję całego systemu gratyfikowała w sposób wyraźny osoby, które wprowadzały kolejnych członków do systemu. Wiązało się to z otrzymywaniem prowizji i „międzyprowizji”, które dla osoby przystępującej do systemu były osiągalne o wiele szybciej niż zdobywanie wynagrodzenia wypracowanego w związku z pracą swoistego specjalisty ds. odszkodowawczych w systemie Quantum. Mając na względzie powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, uznać należy, że w ramach systemu prowadzonego i propagowanego przez Spółkę:

- konsument wykonuje świadczenie - zakupu pakietu - w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych, tj. prowizji;
- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych osób do systemu prowadzonego i propagowanego przez Spółkę,

a tym samym system prowadzony i propagowany przez Quantum poprzez wprowadzenie mechanizmu uzyskania prowizji wynikających z „*Planu awansów QUANTUM dla pakietów: MINI, BIZNES, VIP*” oraz „międzyprowizji” budowania struktur przez „Uczestników”, spełnia przesłanki do uznania go za system promocyjny określony w art. 7 pkt 14 upnpr.

Mając powyższe na względzie, należy uznać za udowodnione, że opisana w pkt. I. sentencji niniejszej decyzji praktyka Quantum jest bezprawna jako naruszająca art. 7 pkt 4 upnpr.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia.

Konsumentem, w rozumieniu upnpr (art. 2 pkt 2) oraz uokik (art. 4 pkt 12) jest osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r. poz. 1740 z późn. zm.).

Nie ulega wątpliwości, że zachowanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. W pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych, zindywidualizowanych, ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie - z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę -



zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiąca określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy.

Naruszenie polegające na prowadzeniu systemu typu piramida przejawia się we wprowadzaniu konsumentów w błąd. Wniosek ten wynika wprost z treści art. 7 upnr, zgodnie z którym każda z praktyk w nim wymienionych (a zatem również praktyka wskazana w pkt 14 powołanego przepisu) uznana jest *ex lege* za wprowadzającą w błąd - zgodnie z powołanym przepisem „nieuczciwymi praktykami rynkowymi w każdych okolicznościach są następujące praktyki rynkowe wprowadzające w błąd: (...)”

Przyjęcie przez ustawodawcę opisanej powyżej konstrukcji prawnej, obligującej do uznania, że każda praktyka nosząca cechy praktyki wskazanej w pkt art. 7 pkt 14 upnr *per se* wprowadza w błąd, wynikało z faktu uznania, że system typu piramida z samej swojej istoty (charakteru) skutkuje wprowadzeniem uczestniczących w nim osób w błąd co do korzyści związanych z udziałem w nim, jak i z faktu, że w pewnym momencie system ten załamuje się w związku z brakiem możliwości pozyskania kolejnych chętnych do przystąpienia do niego, a w konsekwencji trudnościami z odzyskaniem środków poniesionych przez klientów będących ostatnim ogniwem w systemie. W przedmiotowym przypadku „ostatnim ogniwem systemu” będą uczestnicy programu, którzy pomimo dokonania świadczeń w celu przystąpienia do struktury - wobec niemożności znalezienia dalszych chętnych do przystąpienia do programu - nie będą mogli uzyskać korzyści związanych z pozyskaniem nowych osób do uczestnictwa w systemie⁸.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Godzenie w zbiorowy interes konsumentów powiązane jest z naruszeniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakończonych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym). W niniejszej sprawie doszło do naruszenia interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez Quantum stosowania praktyki, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnr - zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym. Wydatki poczynione na zakup „pakietów”, stanowiły znaczne obciążenie finansowe, biorąc pod uwagę, że w 2016 r. najczęstsze miesięczne wynagrodzenie ogółem brutto otrzymywane przez pracowników wynosiło 2074,03 zł⁹, co dawało 1511,61 zł netto. Oznacza to, że koszt wszystkich oferowanych „pakietów” przekraczał poziom ówczesnego najczęstszego miesięcznego wynagrodzenia. Poza naruszeniem interesów ekonomicznych skutkiem praktyki mogła być również strata czasu, mitręga, dezinformacja i inne niedogodności związane z czynnościami podjętymi w celu zawarcia umowy przez konsumenta - w szczególności poprzedzało je przybycie i uczestnictwo w *Business Meetingu* lub *Konferencji Edukacyjno-Biznesowej*.

Sprzeczne z prawem zachowanie Spółki nie dotyczy interesów poszczególnych osób, lecz naruszenia uprawnień szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy konsumentów znajdujących się w opisanej powyżej sytuacji faktycznej.

8 Tak M. Frysztak, *Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wobec piramid finansowych* [w:] M. Michalski (red.) *Piramidy finansowe a bezpieczeństwo rynków*, Warszawa 2019, Legalis, A. Michalak, *Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym*. Komentarz, Warszawa 2008, Legalis.

9 Główny Urząd Statystyczny: *Notatka informacyjna. Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2016 r.*, Warszawa, 23 listopada 2017 r., dostęp z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy/struktura-wynagrodzen-wedlug-zawodow-w-pazdzierniku-2016-r-,5,5.html>



W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Na praktykę Spółki wskazaną w pkt. I. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji był bowiem narażony każdy konsument zawierający lub chcący zawrzeć umowę z Quantum.

Biorąc pod uwagę powyższe, działanie Spółki wskazane w pkt. I. sentencji niniejszej decyzji zostało uznane za godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

W tym stanie rzeczy Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. I. niniejszej decyzji.

Rozstrzygnięcie w pkt. II. sentencji decyzji. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia - zwrot środków finansowych.

Prezes UOKiK nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 i 4 w związku z art. 27 ust. 4 uokik, wskazane w sentencji decyzji środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, m.in. w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Katalog środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest przykładowy. W związku z tym Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę inne niż wymienione w ustawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia, które są adekwatne do rodzaju stwierdzonego naruszenia oraz skutków, które naruszenie wywołało. Na podstawie art. 26 ust. 2 uokik środki te powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków. Ocena adekwatności działań zmierzających do usunięcia skutków niedozwolonego zachowania musi być dokonana z uwzględnieniem możliwie najszerszego kontekstu postępowania przedsiębiorcy, któremu zarzucana jest praktyka o trwających skutkach.

W przypadku stosowanej przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jej skutki powodujące u konsumentów trwałe uszczerbek finansowy w postaci przekazanych do systemu środków pieniężnych, będą się utrzymywały do momentu zwrotu konsumentom wpłaconych przez nich środków. Dlatego orzeczenie na ich rzecz zwrotu wpłaconych kwot pieniężnych jest jedynym możliwym i zarazem koniecznym sposobem usunięcia skutków bezprawnych działań przedsiębiorcy. Dzięki temu konsumenci, którzy ponieśli straty ekonomiczne będą mogli odzyskać wpłacone środki i tym samym ich sytuacja ekonomiczna powróci do *status quo* sprzed naruszenia ich interesu ekonomicznego przez Spółkę.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes UOKiK nałożył na Spółkę obowiązek zwrócenia, w terminie jednego miesiąca od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, środków pieniężnych konsumentom, którzy zawarli z Quantum „Umowę Agencyjną” - wpłaconych na rzecz Spółki w celu zakupu „pakietów szkoleń” (z uwzględnieniem wcześniej dokonanych wypłat na rzecz użytkowników).

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożony na Spółkę środek w opisanym powyżej kształcie pozostaje w korelacji do przypisanego Spółce naruszenia i dąży do przywrócenia równowagi stron stosunku prawnego, zmierza do usunięcia trwających skutków naruszenia, nie stanowiąc jednocześnie środka represji. Dzięki temu usunięte zostaną skutki praktyki wskazanej w pkt. I. sentencji niniejszej decyzji.

Jednocześnie należy podkreślić, że wydanie niniejszej decyzji nie stanowi przeszkody dla konsumentów do dochodzenia zwrotu wpłaconych kwot lub zgłoszenia innych roszczeń np. z tytułu odsetek, bądź utraconych zysków z wykonania umowy na drodze sądowej lub pozasądowej.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. II. niniejszej decyzji.



Rozstrzygnięcie w pkt. III. sentencji decyzji. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia - informacja dla konsumentów.

Prezes UOKiK postanowił także połączyć opisany wyżej środek usunięcia trwających skutków naruszenia z obowiązkiem poinformowania konsumentów przez Spółkę o stwierdzonym naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów.

W ocenie Prezesa UOKiK nałożony na Spółkę środek w opisanym w sentencji kształcie, w postaci wysłania oświadczeń listownie lub mailowo do klientów Spółki, którzy zostali dotknięci praktyką, pozostaje w korelacji z przypisanymi Quantum naruszeniami i zmierza do usunięcia ich trwających skutków.

Jedną z intencji określenia takich informacyjnych środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest zwiększenie skuteczności administracyjnoprawnego trybu stwierdzania naruszeń w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z przykładów wymienionych w art. 26 ust. 2 uokik wynika, że konsumenci mają prawo dowiedzieć się o stwierdzeniu przez Prezesa UOKiK takich naruszeń. W ramach usunięcia trwających skutków naruszenia Prezes Urzędu może zobowiązać przedsiębiorcę, w sposób określony w decyzji, do poinformowania o naruszeniu konsumentów dotkniętych kwestionowaną praktyką. Prezes UOKiK decyduje więc o sposobie tego poinformowania. Z punktu widzenia interesu publicznego istotne jest to, aby był to skuteczny sposób dotarcia do adresatów.

Warto w tym miejscu podkreślić, iż Prezes UOKiK nałożył na Spółkę obowiązek informacyjny w zakresie przesłania do wszystkich konsumentów, którzy zawarli z nią „Umowę Agencyjną” oraz wpłacili na jej rzecz środki w celu zakupu „pakietów szkoleń”, informacji o wydaniu przedmiotowej decyzji wraz ze wskazaniem, że jest ona prawomocna oraz że prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym. Przedmiotowy obowiązek dotyczy także poinformowania konsumentów o przysługującym im zwrocie środków.

Reasumując, w ocenie Prezesa UOKiK, zakres obowiązku informacyjnego jest proporcjonalny do możliwości przedsiębiorcy i wagi naruszeń.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. III. sentencji niniejszej decyzji.

Rozstrzygnięcie w pkt. IV. sentencji decyzji. Koszty postępowania.

Zgodnie z art. 80 uokik w związku z art. 83 uokik Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast w myśl art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Analogicznie - stosownie do treści przepisu art. 264 § 1 k.p.a. - jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Do kosztów postępowania - zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. - zalicza się (...) również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów uokik. Kosztami postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną i w związku z tym postanowiono obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości 83,50 złotych (słownie: 83 złote i 50 groszy).

Koszty niniejszego postępowania Spółka obowiązana jest wpłacić na konto:

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa
51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. IV. sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 roku - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2021 r. poz. 1805, z późn. zm.; dalej



jako: „k.p.c.”) - od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31 - 011 Kraków.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV. sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z art. 479³² k.p.c. oraz art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 uokik przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31 - 011 Kraków.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r. poz. 755, z późn. zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Dodatkowo, na podstawie art. 103 ust. 2 tej ustawy Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zdanie 1 przedmiotowej ustawy, 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 k.p.c. strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Jednocześnie art. 117 § 3 k.p.c. stanowi, że 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 wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 4 zdanie 1 k.p.c. 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 Krakowie
Waldemar Jurasz

Otrzymuje:

1. Quantum sp. z o.o.
2. a/a

