



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

RKR.610.7.2019.MK

Kraków, 22 grudnia 2021 r.

**DECYZJA Nr RKR - 8/2021**

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 **Luxinvest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie** polegające na:

zakładaniu, prowadzeniu oraz propagowaniu 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 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 19 października 2017 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 Luxinvest spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie:

**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 Luxinvest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie „Umowę Agencyjną” - środków finansowych wpłaconych na rzecz Luxinvest spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie w celu zakupu „pakietów awansów” (z uwzględnieniem wcześniej dokonanych wypłat 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 Luxinvest spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie:



**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 Luxinvest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie „Umowę Agencyjną” i wpłacili środki finansowe na jej rzecz w celu zakupu „pakietów awansów” 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-8/2021 z 22 grudnia 2021 r. o treści:

*„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RKR-8/2021, uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie polegające na zakładaniu, prowadzeniu oraz propagowaniu 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 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 Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie obowiązek usunięcia - w ciągu miesiąca od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - trwających skutków wskazanego naruszenia, poprzez zwrot konsumentom, którzy zawarli z Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie „Umowę Agencyjną” - środków finansowych wpłaconych na jej rzecz w celu zakupu „pakietów awansów” o nazwach: „Partner”, „Senior Partner” lub „Manager” (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. Konsumenti mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.*

*Treść decyzji nr RKR-8/2021 dostępna jest na stronie [www.uokik.gov.pl](http://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 2021 r. poz. 735 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża Luxinvest spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie 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 87,10 złotych (słownie: osiemdziesiąt siedem złotych i dziesięć groszy), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również jako: „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 również: „uokik”), wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w z związku z wykonywaniem działalności przez Luxinvest spółka z ograniczoną



odpowiedzialnością z siedzibą w Nowym Sączu<sup>1</sup>, (dalej również jako: „Luxinvest” lub „Spółka”) 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 Spółka 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.

Materiał dowodowy zebrany w postępowaniu wyjaśniającym dał podstawę do wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Pismem z dnia 31 grudnia 2019 r. (karty nr 647-648), Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o wszczęciu wobec niej postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, które nastąpiło postanowieniem numer RKR-103/2019 z dnia 30 grudnia 2019 r., a także o sformułowanych w nim zarzutach (karty nr 1-8). Postanowieniem numer 106/2019 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 12).

Pismem z dnia 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, czyli:

- 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;
- 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:

- 1) promocja zasadza się na obietnicy, że konsument będzie miał możliwość osiągnięcia korzyści ekonomicznej;
- 2) realizacja obietnicy zależy od przystąpienia do systemu innych konsumentów;
- 3) większość dochodów pozwalających sfinansować obiecane konsumentom wynagrodzenie nie jest wynikiem rzeczywistej działalności gospodarczej.

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

---

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



*od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów”.*

W odniesieniu do opinii rzecznik generalnej TSUE, Spółka podniosła że działalność Luxinvest 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 Luxinvest, 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 Luxinvest z 3 lutego 2020 r. (karty nr 649-653)]**

#### **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił co następuje:**

Luxinvest sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie jest podmiotem wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy, pod numerem 0000580981. Spółka została zarejestrowana 16 października 2015 r. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. finansowa działalność usługowa (z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych), działalność związana z zarządzaniem funduszami, działalność wspomagająca ubezpieczenia i fundusze emerytalne, działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat, działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych.

**[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.]**

Z uwagi na bezskuteczne próby doręczenia Spółce korespondencji urzędowej na adres wskazany w Krajowym Rejestrze Sądowym (ul. Magazynowa 7 w Nowym Sączu), Prezes Urzędu 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.

**[dowód: pisma zwrócone przez Poczta Polska w dniach: 22 maja 2018 r. (karty nr 22-23), 3 września 2018 r. (karty nr 66-67), 3 września 2018 r. (karty nr 70-71), 26 września 2018 r. (karty nr 72-73), 23 listopada 2019 r. (karty nr 78-79), 21 stycznia 2019 r. (karty nr 90-91) skierowane do Luxinvest]**

**[dowód: pismo Prezesa UOKiK z 7 lutego 2019 r. (karta nr 423)]**

W dniu 26 lutego 2019 r. Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatura w Nowym Sączu ustalił, iż wpis dotyczący danych adresowych Spółki jest niezgodny ze stanem rzeczywistym, a w miejscu rzekomej siedziby Spółki mieści się lokal gastronomiczny „Zielony Domek”. Inspektorzy Inspekcji Handlowej sporządzili notatkę o następującej treści: „W drodze rozeznania ustalono, iż w podanej lokalizacji znajduje się





lokal gastronomiczny. W trakcie rozmowy z obsługą ustalono, iż firma Luxinvest sp. z o.o. nie prowadzi tam działalności (...)", co ponadto potwierdziła dokumentacja fotograficzna przedłożona Prezesowi UOKiK przez organ:



(kopia fotografii przesłana przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatura w Nowym Sączu, prezentująca obiekt przy ul. Magazynowej 7 w Nowym Sączu)

**[dowód: pismo Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Krakowie - Delegatury w Nowym Sączu z 26 lutego 2019 r. (karty nr 414-415)]**

W związku z powyższym Prezes Urzędu 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 do zmiany danych w Krajowym Rejestrze Sądowym. Zgodnie z wpisem z 28 maja 2019 r. wykreślono adres Luxinvest (tj. ul. Magazynową 7). Z uwagi na brak odbioru korespondencji pod wskazanym adresem, 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 kolejne adresy korespondencyjne tj. ul. [X] w [X], ul. [X] w [X], a następnie ul. [X] w [X]. Na dzień wydania decyzji ujawnionym adresem Spółki w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego jest: ul. Kapelanka 12 w Krakowie (30-347).

**[dowód: pismo Prezesa UOKiK z 4 marca 2019 r. (karta nr 413)]**

**[dowód: pismo Sądu Rejonowego dla Krakowa - Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy z 23 maja 2019 r. (karty nr 419-422)]**

W toku postępowania wyjaśniającego [X] - który zgodnie z informacjami z rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pełnił funkcję Prezesa Zarządu Spółki -



poinformował Prezesa UOKiK, że od 6 kwietnia 2018 r. nie jest właścicielem Luxinvest, gdyż udziały Spółki tego dnia zostały nabyte w drodze umowy sprzedaży w formie aktu notarialnego przez [X] oraz [X]. Z analizy akt rejestrowych Luxinvest wynika, że [X] zgłaszał sądowi rejestrowemu fakt sprzedaży udziałów w Spółce, jego wniosek został jednak zwrócony ze względu na niezpełnienie braków formalnych w określonym przez sąd rejestrowy terminie. Fakt sprzedaży udziałów w Luxinvest przez [X] [X] został zasygnalizowany przez każdego z nich w trakcie postępowania wyjaśniającego.

*[dowód: pismo [X] z 2 stycznia 2019 r. (karta nr 89), e-mail z adresu [X] z 7 sierpnia 2018 r. (karty nr 30-37), pismo Luxinvest z 3 stycznia 2018 r. (karty nr 87-88)]*

*[dowód: fotografie akt Luxinvest sporządzone w Czytelni Akt - Biurze Obsługi Interesantów Rejestru Zastawów i Krajowego Rejestru Sądowego dla Krakowa Śródmieścia w Krakowie (karty nr 498- 645)]*

Prezesowi UOKiK zostały przekazane także informacje o adresie mailowym nabywców Spółki. Na przesłaną drogą elektroniczną - pod wskazanym adresem mailowym - korespondencję, Spółka odpowiadała.

*[dowód: pismo Luxinvest z 3 stycznia 2018 r. (karty nr 87-88)]*

### Ocena stanu faktycznego

#### Warunki współpracy w strukturze Quantum

Przystąpienie konsumenta do struktury prowadzonej pod nazwą „Quantum” przez Luxinvest, 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”. Wzorzec przedmiotowej Umowy był stosowany przez Spółkę w okresie od 9 sierpnia do 18 października 2017 roku.

*[dowód: pismo Luxinvest z 13 sierpnia 2018 r. (karty nr 40-46)]*

*[dowód: pismo Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu z 17 października 2019 r. (karta nr 394)]*

Spółka oferowała usługi pośrednictwa w zawieraniu umów o dochodzenie roszczeń majątkowych z Polskim Instytutem Odszkodowań sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „PIO”). Konsument, zawierając Umowę stawał się tzw. „agentem” (to znaczy uczestnikiem systemu Quantum), który zobowiązany był do „(...) pośredniczenia przy zawieraniu przez Quantum<sup>2</sup> umów dotyczących obsługi prawnej, likwidacji szkód osobowych i rzeczowych oraz dochodzenia z ich tytułu roszczeń majątkowych”. W powszechnie dostępnych ofertach pracy na rynku tzw. kancelarii odszkodowawczych tego typu zawód jest opisywany zazwyczaj jako „specjalista ds. odszkodowawczych”, czy „przedstawiciel kancelarii odszkodowawczej”. W związku z pełnieniem wskazanej roli, „agent” otrzymywał bazową prowizję w wysokości 10% naliczaną każdorazowo od kwoty będącej wynagrodzeniem Luxinvest za skuteczne dochodzenie roszczeń majątkowych. Jednocześnie istniała możliwość zwiększenia wysokości tej prowizji poprzez zakup od Spółki tzw. „pakietów awansów”, tj. „Partner - w cenie 579 zł”, „Senior Partner - w cenie 2390 zł” lub „Manager - w cenie 5390 zł”, a także przez wprowadzenie nowych osób do systemu Luxinvest.

Spółka w toku niniejszego postępowania wskazała, że „pakiety awansów” stanowiły szkolenia video, a „głównym czynnikiem, rozróżniającym poszczególne Pakiety jest ich wartość edukacyjno-merytoryczna, związana z dostępnymi w nich szkoleniami. Im wyższy Pakiet,

---

2 W przedmiotowym wzorcu umowy, Luxinvest, redagując poszczególne postanowienia umowne, a także wskazując strony Umowy, określa siebie jako „Quantum”.









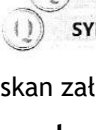


tym wartość ta wzrasta, a tym samym zwiększają się umiejętności biznesowe posiadacza tego Pakietu”.

[dowód: pismo Luxinvest z 3 lutego 2020 r. (karty nr 649-653)]

Schemat awansów ilustruje „Tabela Kariery”:

Załącznik nr 1 do Umowy Agencyjnej „Tabela Kariery”

	DYREKTOR GLOBALNY	37%	
	DYREKTOR KRAJOWY	35%	3 Dyr. Oddziału i 9 Manager'ów
	DYREKTOR REGIONALNY	32.5%	350 spraw i 5 Manager'ów
	DYREKTOR ODDZIAŁU	30%	100 spraw i 3 Manager'ów
	SENIOR MANAGER	27%	80 spraw lub 40 Partnerów
	MANAGER	25%	50 spraw i 35 Partnerów
	SENIOR PARTNER	22%	30 spraw lub 26 Partnerów
	PARTNER	20%	20 spraw lub 20 Partnerów
	SYMPATYK	10%	Umowa Agencyjna

(skan załącznika nr 1 do Umowy Agencyjnej pt. „Tabela Kariery”)

I rodzaj prowizji - „Tabela Kariery” była oparta na idei zdobywania przez „agenta” kolejnych pozycji, które pozwalały mu na uzyskiwanie coraz większej prowizji związanej z pośrednictwem w zawieraniu umów o dochodzenie roszczeń majątkowych. „Agent” dołączający do struktury zaczynał karierę z pozycji „Sympatyka” i stopniowo, spełniając kolejne warunki awansów, mógł zdobywać kolejne, wyższe stopnie - kończąc na „Dyrektorze Globalnym”. „Agent” mógł także przyspieszyć swoją karierę w strukturze poprzez zakupienie jednego z trzech „pakietów awansów”, tj. „Partner - 579 zł”, „Senior Partner - 2390 zł” lub „Manager - 5390 zł”. Tym samym (w zależności od wybranego pakietu), „agent” gwarantował sobie automatycznie wyższą prowizję na poziomie 20%, 22% lub 25%.

Warunki pozwalające na awans w ramach struktury były dwa. Pierwszym z nich było zawieranie umów o prowadzenie odpowiedniej liczby spraw o dochodzenie roszczeń majątkowych (od 20 do 350, w zależności od poziomu). W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że Prezes UOKiK nie kwestionuje w niniejszej decyzji modelu, który polegał na otrzymywaniu przez „agentów” większej prowizji z powodu prowadzenia większej liczby spraw. Zróżnicowanie poziomu prowizji nie jest samodzielną przesłanką funkcjonowania systemu promocyjnego typu piramida. Kwestionowany jest za to warunek drugi. Polegał on na wprowadzaniu do systemu kolejnych osób, które także - w zależności od danego stopnia w „Tabeli kariery” - powinny być w konkretnym miejscu tejże „Tabeli”. Wskazane warunki były dzielone przez Luxinvest na kumulatywne lub rozłączne, tj. charakteryzowały je zwroty „i” oraz „lub”. W praktyce oznaczało to, że część stopni kariery można było osiągnąć przez prowadzenie spraw odszkodowawczych, natomiast od poziomu „Manager” pojawiała się przesłanka kumulatywna, tj. „agent” musiał zarówno zawrzeć 50 umów o dochodzenie roszczeń majątkowych, jak i wprowadzić do systemu 35 nowych „agentów” zajmujących pozycję „Partnera”. Wyjątkiem była sytuacja, gdy „agent” zdecydował się na bezpośrednie wejście na poziom „Manager” poprzez wykupienie odpowiedniego „pakietu awansu” - kolejną, wyższą pozycję, tj. „Senior Manager” mógł wtedy zdobyć także poprzez zawieranie samych umów o dochodzenie roszczeń majątkowych. Natomiast chęć awansowania na najwyższe pozycje, tj. „Dyrektora Oddziału”, „Dyrektora Regionalnego”, „Dyrektora Krajowego” lub „Dyrektora Globalnego” pociągała za sobą zarówno konieczność spełnienia warunku wprowadzenia do systemu nowych osób, zajmujących odpowiednie pozycje w „Tabeli Kariery”, jak i prowadzonej określonej liczby spraw.



II rodzaj prowizji - kolejnym rodzajem prowizji, którą mógł uzyskać „agent” była bezpośrednia prowizja wynikająca z „Tabeli Prowizji” - można ją podsumować jako „prowizję sprzedażową”. Jej wysokość uzależniona była od pozycji zajmowanej przez niego w strukturze Luxinvest, a także wynikała bezpośrednio z kategorii sprzedanego „pakietu awansów”. Należy w tym miejscu podkreślić, że „Tabela Prowizji” nie precyzowała nazw pakietów, a jedynie różnicowała je pod względem cenowym. W dalszej części Umowy Spółka jednak posługiwała się nazwami tych pakietów, tj. „Partner - 579 zł”, „Senior Partner - 2390 zł” lub „Manager - 5390 zł”<sup>3</sup>. Ilustruje je poniższa „Tabela Prowizji”:

Załącznik nr 2 do Umowy Agencyjnej „Tabela Prowizji”

	PAKIET 579 zł	PAKIET 2 390 zł	PAKIET 5 390 zł
DYREKTOR GLOBALNY	100 zł	1 054 zł	1 815 zł
DYREKTOR KRAJOWY	100 zł	900 zł	1 650 zł
DYREKTOR REGIONALNY	100 zł	800 zł	1 500 zł
DYREKTOR ODDZIAŁU	100 zł	700 zł	1 350 zł
SENIOR MANAGER	100 zł	600 zł	1 200 zł
MANAGER	100 zł	500 zł	1 050 zł
SENIOR PARTNER	100 zł	400 zł	900 zł
PARTNER	100 zł	250 zł	750 zł
SYMPATYK	100 zł	200 zł	500 zł

(skan załącznika nr 2 do Umowy Agencyjnej pt. „Tabela Prowizji”)

Przykładowo, jeżeli „agent” dokonał sprzedaży pakietu „Senior Partner - 2390 zł” będąc na pozycji „Sympatyka”, otrzymywał z tego tytułu 200 zł. Natomiast „Manager”, który dokonywał sprzedaży tego samego pakietu uzyskiwał prowizję aż w wysokości 500 zł - im wyższa pozycja „agenta” w „Tabeli Kariery”, tym wyższa była dla niego prowizja sprzedażowa. Wskazuje to jednoznacznie, że konsumenci byli motywowani do zdobywania awansów strukturalnych w celu zdobywania w przyszłości wyższych prowizji „sprzedażowych”.

III rodzaj prowizji - ten rodzaj prowizji związany był z rozbudowaniem sieci strukturalnej „agentów”. „Agent”, który należał do systemu wprowadzał do niego kolejne osoby, a te które znalazły się w Quantum z jego rekomendacji, pozostawały członkami zespołu sprzedażowego tegoż „Agent”. Jemu z tego tytułu przysługiwał dochód pasywny, czyli tzw. nadprowizja, która stanowiła różnicę procentową pomiędzy prowizją przypisaną aktualnej pozycji „agenta” w „Tabeli Prowizji”, a prowizją przypisaną w tej tabeli do pozycji osoby ze struktury tego „agenta”, która doprowadziła bezpośrednio do zawarcia umowy o dochodzenie roszczeń majątkowych.

Postępując się przykładem wskazanym przez Spółkę, jeżeli w strukturze sprzedażowej „agenta” będącego „Managerem”, osoba na pozycji „Partner” zawarła umowę o dochodzenie roszczeń majątkowych, „Manager” otrzymywał z tego tytułu wynagrodzenie „stanowiące dyferencję między stanowiskami (Manager 25% - Partner 20%) w efekcie czego jego dochód pasywny (...) wynosił 5 %”. Oznaczało to, że posiadanie w swojej strukturze

3 Tak np. w pkt 3 Załącznika nr 1 do Umowy Agencyjnej „Tabela Kariery”: „Agent ma prawo do osiągnięcia poszczególnych awansów drogą kariery lub poprzez wykupienie odpowiedniego pakietu awansu udostępnionego przez Quantum (Partner - 579 zł, Senior Partner - 2 390 zł, Manager - 5 390 zł)”.



sprzedażowej większej liczby osób (rozgałęzienie struktury) generowało większe zyski dla „agenta” będącego na szczycie danego zespołu.

**[dowód: pismo Luxinvest z 13 sierpnia 2018 r. (karty nr 40-46)]**

### **Propagowanie współpracy w strukturze Quantum**

Prezes UOKiK ustalił, że Spółka prowadziła aktywną działalność, przejawiającą się w zawieraniu „Umów Agencyjnych” z konsumentami, w okresie od 9 sierpnia 2017 r. do 18 października 2017 r.

**[dowód: pismo Quantum sp. z o.o. z siedzibą w Nowym Sączu z 17 października 2019 r. (karta nr 394)]**

W tym czasie na stronie Spółki na portalu Facebook<sup>4</sup>, promującej działalność struktur Quantum, pojawiały się treści zachęcające do uczestnictwa w wydarzeniach organizowanych przez Spółkę:

---

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/quantumpolska/> - strona została utworzona 26 czerwca 2017 r. W okresie, kiedy Luxinvest zawierał umowy z konsumentami strona nosiła nazwę „Quantum Odszkodowania”, przy czym 14 listopada 2017 r. uproszczono nazwę do „Quantum”. Następnie, 15 listopada 2019 r., strona zmieniła nazwę na „Quantum International” (źródło: zakładka „Transparentność strony” - opcja portalu Facebook).





**Quantum International**

18 sierpnia 2017 · 🌐



Mówią, że ŚRODOWISKO ludzi jakimi się otaczasz dziś zadecyduje o tym , gdzie będziesz za 5 lat. Warto więc szukać dla siebie ODPOWIEDNIEGO środowiska, które pomoże Ci bardzo WIELOWYMIAROWO poprawić jakość swojego życia.

Dlatego jeśli jesteś otwartą osobą na:

- biznes, większe zarobki, zdobywanie wiedzy zapewniającej bezpieczeństwo dla Ciebie i Twoich najbliższych, pomaganie innym, szukanie sposobów na większą ilość czasu dla siebie i rodziny...

...niezależnie od tego czy dziś PROWADZISZ BIZNES, PRACUJESZ NA ETACIE, MYŚLISZ O OTWARCIU DZIAŁALNOŚCI...

Zapraszamy Cię na bezpłatne FORUM BIZNESOWE 31 sierpnia 2017 roku w Łodzi. SKORZYSTAJ Z SZANSY, bo prawdopodobnie Ty będziesz mógł wygrać SZKOLENIE I LOT ZA STERAMI PRAWDZIWEGO SAMOLOTU !

ZAREJESTRUJ SIĘ NA BEZPŁATNE WYDARZENIE JUŻ DZIŚ !

GOŚĆ SPECJALNY

JAK ZBUDOWAĆ DOCHODOWY BIZNES W BRANŻY ODSZKODOWAŃ

ODZYSKAJ SWOJE PIENIĄDZE  
POZNAJ SWOJE PRAWA W ODSZKODOWANIACH  
POZNAJ BARDZO DOCHODOWY TREND !  
WYKREUJ ŻYCIE, W KTÓRYM CHCESZ SIĘ OBUDZIĆ !

ZAREZERWUJ MIEJSCE

EVENEA.PL

**FORUM BIZNESOWE - wykreuj życie, w którym chcesz się obudzić ! WYGRAJ LOT ZA STERAMI SAMOLOTU ! -...**

(przykładowy zrzut z ekranu postu z 18 sierpnia 2017 r. umieszczonego na stronie Spółki na portalu Facebook)

Spółka zamieszczała także informacje o prognozowanych zarobkach osoby dołączającej do struktury Quantum i aktywnie w niej działającej:





Quantum

4 października 2017 · 🌐

Mamy 2 miejsca wolne do pracy w najbardziej dochodowej branży w Polsce. Praca bezpośrednio z Zarządem Quantum Odszkodowania. W pierwszym miesiącu pracy wynagrodzenie szacowane jest na 4 000 zł. Pierwszy rok pracy generuje dochody w wysokości 14 000 zł miesięcznie. Każdy kolejny rok zwiększa dochody miesięczne.

Jeżeli chciałbyś, aby firma :

- sama zapewniała Tobie Klientów,
- zapewniała Klientom dostęp do indywidualnie przydzielonego Prawnika,
- pomagała w budowaniu skutecznych zespołów,
- zapewniała profesjonalne szkolenia wewnętrzne i managerskie odpowiadające Twojemu aktualnemu etapowi rozwoju,
- dała 5 możliwości otrzymywania wysokich wynagrodzeń,
- nie stosowała tzw. "lojalek" i kar umownych,
- realizowała Twoje pomysły,
- udostępniła Tobie do użytku prywatnego nowego Jaguara do Twojej indywidualnej konfiguracji....
- mile widziane doświadczenie w branży odszkodowań - jeżeli masz doświadczenie sprawdź, co dla Ciebie wyjątkowego przygotowaliśmy.

#praca #odszkodowania #polska #zarabianie #biznes #możliwości #szansa



Quantum

Usługi biznesowe

Wyślij wiadomość

(przykładowy zrzut z ekranu postu z 4 października 2017 r. umieszczonego na stronie Spółki na portalu Facebook)

Informacje o wydarzeniach promowanych na platformie Facebook zostały potwierdzone przez [X] w korespondencji z Urzędem. Spółka poproszona o wskazanie działań o charakterze marketingowo reklamowym, które miałyby zachęcić odbiorców do zawierania umów agencyjnych wskazała: „Organizowane są wydarzenia, tj. Business Meeting oraz Konferencja Edukacyjno-Biznesowa. Wydarzenie Business Meeting jest krótkim wydarzeniem (2 godziny) na którym prezentujemy wartość rynku, na którym pracujemy, tj. odszkodowań, prawa oraz szkoleń. Prezentowany jest również nasz system biznesu, warunki finansowe, możliwości finansowe oraz plany motywacyjne. Konferencja Edukacyjno-Biznesowa jest wydarzeniem całodniowym na którym goście zyskują wiedzę dotyczącą rozwoju osobistego, sukcesu, poznają potencjał branży szkoleń, branży odszkodowań, branży prawa i strategię na pozyskanie udziału w rynku. Konferencja jest podzielona na część edukacyjną o prawie i odszkodowaniach oraz część o rozwoju osobistym i biznesie Quantum”.

**[dowód: pismo Luxinvest z 13 sierpnia 2018 r. (karty nr 40-46)]**

Spółka opisała cel organizowanych wydarzeń w niniejszy sposób: „(...) na których poprzez edukację z zakresu przysługujących ludziom praw, zapotrzebowania na usługi prawne w Polsce oraz prezentację systemu biznesu Quantum, znajdujemy pozytywne osoby chcące pomagać innym i świadomie dotychczas do naszej społeczności, na wybranych przez siebie zasadach i warunkach, w oparciu o swoją dostępność czasową w życiu oraz odpowiednią chęć zaangażowania”.



**[dowód: pismo Luxinvest z 13 sierpnia 2018 r. (karty nr 40-46)]**

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” 19 października 2017 r. Biorąc pod uwagę, że ostatnia tego typu umowa została zawarta przez Spółkę 18 października 2017 r., stwierdzono, że z dniem 19 października 2017 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 zawarli lub mogli zawrzeć 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 niezgodne z zawartym w uokik zakazem 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 uokik,
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 lub 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 obyczajów<sup>5</sup>. 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 Spółka 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: (...)

---

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



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 implementacją pkt 14 załącznika I do Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r.<sup>6</sup> (dalej jako: „Dyrektywa”). Motyw 17 Preambuły 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 upnpr<sup>7</sup>, tj. sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.

Wobec powyższego, do uznania że działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnpr niezbędnym jest wykazanie, że mieści się ona w zakresie definicji praktyki zawartej w powołanym przepisie.

Ustalenia faktyczne i prawne poczynione w toku prowadzonego wobec Spółki postępowania wskazują, że stosowała ona wskazaną praktykę. O powyższym świadczą następujące okoliczności.

Według oświadczenia Spółki, w całym okresie zawierania przez nią umów zostały zakupione następujące Pakiety: Manager ([X] sztuka), Senior Partner ([X] sztuka), Partner ([X] sztuk). Sprzedaży pakietów dokonało łącznie [X] „agentów” Spółki, osoba na pozycji Manager sprzedała pakiet Senior Partner oraz [X] pakietów Partner, osoba na pozycji Partner sprzedała [X] pakiety Partner, osoba na pozycji Partner sprzedała [X].

Zdaniem Prezesa Urzędu, działania Spółki związane z utworzeniem, prowadzeniem i propagowaniem systemu biznesowego Luxinvest w oparciu o „Tabelę Kariery” oraz „Tabelę Prowizji” wypełniały przesłanki praktyki określonej w art. 7 pkt 14 upnpr. Utworzony przez Spółkę system polegający na sprzedaży „pakietów awansów” osobom spoza systemu Luxinvest służył rozwojowi struktur sprzedażowych Spółki, a opracowany system bonusów i prowizji, przydzielanych zgodnie z „Tabelą Kariery” oraz „Tabelą Prowizji” 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 awansu”) dla szybszego uzyskiwania większych korzyści materialnych. 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 awansów”. Im większe było zaangażowanie finansowe nowego członka

---

6 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.U.E.L.2005.149.22).

7 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.



(tj. im droższy pakiet zakupił), tym większe korzyści z wprowadzania go do struktury otrzymywał „agent”. Konsument, który chciał osiągnąć zysk z tytułu:

1. prowizji wynikającej z „Tabeli prowizji” naliczanej w wysokości odpowiadającej pozycji zajmowanej przez „agenta” w strukturze sprzedaży Luxinvest oraz zależnej od rodzaju sprzedanego „pakietu awansów”, musiał samodzielnie doprowadzić do zawarcia umowy sprzedaży pakietu „Parter - 579 zł”, „Senior Partner - 2390 zł” lub „Manager - 5390 zł” z osobą spoza systemu Luxinvest. Wysokość prowizji ulegała zwiększeniu w chwili awansu „agenta” na wyższą pozycję w strukturze sprzedaży, której osiągnięcie zależne było bezpośrednio od zawarcia określonej liczby umów sprzedaży pakietów.
2. dochodu pasywnego, czyli tzw. „nadprowizji”, stanowiącej różnicę procentową pomiędzy prowizją przypisaną aktualnej pozycji konsumenta w „Tabeli Prowizji”, a prowizją przypisaną w tej tabeli do pozycji osoby ze struktury tego konsumenta, otrzymywał go w przypadku, gdy osoba z jego struktury sprzedaży doprowadziła do zawarcia umowy o dochodzenie roszczeń majątkowych.

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

Podkreślenia w tym kontekście wymaga fakt, jak Spółka przedstawiała grupę osób zaangażowanych w dystrybucję pakietów: „*pozytywne osoby chcące pomagać innym (...)* świadomie dotaczają 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.

Spółka w swoim przekazie marketingowym wyraźnie akcentowała informacje dotyczące działalności odszkodowawczej, co jednoznacznie wskazywało, że dochodzenie roszczeń majątkowych stanowiło główną i fundamentalną działalność Spółki. Konsumenty kojarząc obecność „kancelarii odszkodowawczych” na rynku i mając wiedzę, że jest to legalna i powszechnie akceptowalna forma działalności gospodarczej, ofertę Luxinvest 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.

Jednocześnie Spółka posługiwała się zwrotami typowymi dla systemów promocyjnych typu piramida<sup>8</sup>, takimi jak: „struktura”, „społeczność”, „lider struktury”, „partner”. Charakterystyczny był także model „przyśpieszania” pięcia się po szczeblach „kariery” poprzez dokonywanie wpłat pieniężnych, pod postacią „pakietu awansów”.

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

<sup>8</sup> Informacja prasowa Prezesa UOKiK z dnia 04.09.2019 r. „Piramidy - kolejne postępowania”, [https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news\\_id=15733](https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=15733)



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 „Tabeli Kariery” 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 „nadprowizji”, 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 Luxinvest:

- 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 Luxinvest,

a tym samym system prowadzony i propagowany przez Luxinvest poprzez wprowadzenie mechanizmu uzyskania prowizji wynikających z „Tabeli prowizji” oraz „nadprowizji” budowania struktur przez „Agentów”, 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. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyka Luxinvest jest bezprawna jako naruszająca unpr.

### **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 unpr (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. 22<sup>1</sup> 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 uszkodzona zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie - z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę - zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą 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 systemie<sup>9</sup>.

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 niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym). W niniejszej sprawie doszło do naruszenia interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez Luxinvest stosowania praktyki, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnr - zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym. Wydatki poczynione na zakup „pakietów awansów”- „Parter - 579 zł”, „Senior Partner - 2390 zł” lub „Manager - 5390 zł”, stanowiły znaczne obciążenie finansowe, biorąc pod uwagę, że w 2016 r. najczęstsze miesięczne wynagrodzenie ogółem brutto otrzymywane przez pracowników wynosiło 2074,03 zł<sup>10</sup>, co dawało 1511,61 zł netto. Oznacza to, że koszt dwóch z trzech 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 - 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

<sup>9</sup> Tak M. Fryszak, *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.

<sup>10</sup> 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>



i wspólna dla całej grupy konsumentów znajdujących się w opisanej powyżej sytuacji faktycznej.

W niniejszej sprawie bez wątpienia 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 Luxinvest.

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

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. I. sentencji 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 decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może określać 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 finansowych konsumentom, którzy zawarli z Luxinvest „Umowę Agencyjną” - wpłaconych na rzecz Spółki w celu zakupu „pakietów awansów” (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 dążąc 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. sentencji 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 przypisanym Luxinvest naruszeniom 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 awansów”, 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 zwrotom 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 87,10 złotych (słownie: osiemdziesiąt siedem złotych i dziesięć 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. 479<sup>28</sup> § 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. 479<sup>32</sup> 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. Luxinvest sp. z o.o.  
ul. Kapelanka 12  
30-347 Kraków
2. Luxinvest sp. z o.o.
3. a/a

