



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

Poznań, dnia 4 lipca 2024 r.

RPZ.610.10.2023.TJ

DECYZJA Nr RPZ 8/2024

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r. (Dz.U. z 2024 r., poz. 594) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Krzysztofa Michalskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Best - Review Krzysztof Michalski w Lesznie** polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do sytuacji gospodarczej swoich zleceniodawców, w tym ich renomy lub jakości świadczonych przez nich usług lub oferowanych towarów, poprzez zamieszczanie w wizytówkach Google Maps, na portalu ZnanyLekarz.pl, Facebook, opineo.pl, oferteo.pl, ceneo.pl, wakacje.pl, Tripadvisor, nocowanie.pl, dobrymechanik.pl, moment.pl, Google Play, Trusted Shops, Trustpilot nieprawdziwych opinii i ocen na temat tych zleceniodawców lub na temat oferowanych przez nich usług lub towarów, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 i 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r., poz. 845) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 30 maja 2022 r.**
- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2024 r., poz. 594), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Krzysztofa Michalskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Best - Review Krzysztof Michalski w Lesznie** w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 35.000,00 zł** (słownie: trzydzieści pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.
- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2024 r., poz. 594) w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r., poz. 572) w zw. z art. 83 tej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża Krzysztofa Michalskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Best - Review Krzysztof Michalski w Lesznie** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 44,40 zł (słownie:



czterdziestu czterech złotych 40/100) oraz zobowiązuje tego Przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) na podstawie art. 48 ust. 1 i ust. 2 pkt 1a i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r., poz. 594 - dalej: u.o.k.k.), przeprowadził postępowanie wyjaśniające mające m.in. na celu wstępne ustalenie, czy działania Krzysztofa Michalskiego prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Best - Review Krzysztof Michalski w Lesznie (dalej: Krzysztof Michalski lub Przedsiębiorca) oraz podmiotów z nim powiązanych dotyczące świadczenia usług związanych z opiniami i komentarzami w Internecie mogą stanowić naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone lub postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 18 października 2023 r., postępowania w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd, co do sytuacji gospodarczej swoich zleceniodawców, w tym ich renomy lub jakości świadczonych przez nich usług lub oferowanych towarów, poprzez zamieszczanie w wizytówkach Google Maps, na portalu Znanylekarz.pl, Facebook, opineo.pl, oferteo.pl, ceneo.pl, wakacje.pl, Tripadvisor, nocowanie.pl, dobrymechanik.pl, moment.pl, Google Play, Trusted Shops, Trustpilot nieprawdziwych opinii i ocen na temat tych zleceniodawców lub na temat oferowanych przez nich usług lub towarów, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 oraz art. 5 ust. 3 pkt 2 i 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r., poz. 845, dalej: u.p.n.p.r.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca został zawiadomiony o wszczęciu postępowania pismem z dnia 18 października 2023 r.

Pismem z dnia 14 czerwca 2024 r. Przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości złożenia dodatkowych wyjaśnień w sprawie. Przedsiębiorca nie zajął stanowiska w sprawie.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Krzysztof Michalski prowadzi działalność gospodarczą w ramach jednoosobowej działalności gospodarczej pod firmą **Best - Review Krzysztof Michalski** w Lesznie. Zgodnie z wpisem do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, przeważającym przedmiotem tej działalności jest działalność agencji reklamowych (73.11.Z). Aktualnie działalność gospodarcza Krzysztofa Michalskiego jest zawieszona (od 31 grudnia 2023 r.).

Dowód: wydruk wpisu Przedsiębiorcy z CEIDG, k. 172 akt adm., wydruk wpisu Przedsiębiorcy z CEIDG, k. 209 akt adm.

W toku postępowania Przedsiębiorca oświadczył, że świadczone przez niego usługi polegają na: „tworzeniu stron internetowych, pozycjonowaniu stron internetowych oraz realizacji zleceń zamówionych przez klientów za pośrednictwem strony www.lepszeopinie.com”. Przedsiębiorca wskazał także, że serwis www.lepszeopinie.com prowadzi od czerwca 2021 r. Jednocześnie już wcześniej (co najmniej od listopada 2020 r.) prowadził on działalność w zakresie opinii poprzez stronę <https://kup-komentarze.pl/>.

Dowód: pismo pełnomocnika Przedsiębiorcy z dnia 28 lipca 2021 r., k. 20 akt adm.; pismo pełnomocnika Przedsiębiorcy z dnia 27 sierpnia 2021 r., k. 30 akt adm.; pismo pełnomocnika Przedsiębiorcy z dnia 23 września 2021 r., k. 39 akt adm.; wydruk wpisu Przedsiębiorcy z CEIDG, k. 172 akt adm; mail Przedsiębiorcy do jego kontrahenta z dnia 19 listopada 2020 r. „[Kup komentarze] Otrzymaliśmy twoje zamówienie!”, k. 145-146 akt adm.

Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że w powyższym celu Przedsiębiorca wykorzystywał również strony:

1. <http://https://kup-komentarze.com/>,
2. <http://https://opinie-google.pl/>.

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

Oferta prezentowana na wszystkich 4 stronach internetowych, tj. www.lepszeopinie.com, <https://kup-komentarze.pl/>, <https://kup-komentarze.com/>, <https://opinie-google.pl/> była do siebie zbliżona. Wszystkie zawierały ofertę publikowania m.in. „Opinii Google z treścią” i „Opinii [Google] bez treści (same gwiazdki)”, opinii na portalu znanylekarz.pl, a także w wielu innych serwisach, tj. Facebook, opineo.pl, oferteo.pl, ceneo.pl, wakacje.pl, Tripadvisor, nocowanie.pl, dobrymechanik.pl, moment.pl, Google Play, Trusted Shops, Trustpilot.

Na stronie internetowej <https://kup-komentarze.pl/o-firmie/> Przedsiębiorca prezentował swoje usługi w następujący sposób:

„Jesteśmy zespołem, dla którego opinie stały się elementem naszego życia. Od lat interesowaliśmy się rozwijaniem firm na portalach opiniotwórczych, co teraz stało się codziennością. Każdy z nas chciałby posiadać dobrą opinie oraz wzbudzać zaufanie wśród swoich klientów, dzięki czemu w przyszłości przedsiębiorcy zobaczą jak wysokie zyski można uzyskać dzięki naszej ofercie. Przez ostatnie 5 lat staliśmy obok i obserwowaliśmy co się dzieje z opiniami na świecie, mamy bardzo duże doświadczenie jeżeli chodzi o różnorakie portale. Przechodziliśmy wiele prób, które z początku były bardzo trudne ale teraz działając na wysokich obrotach z naszym całym zespołem programistycznym staliśmy się niezastąpieni”.

O nas



INTERAKTYWNA
Wybacz **Marketing**
Z. Sadowski
28 Oct 2022 - 22 Feb 2023

Go OCT SEP JAN
28
2022 2021 2023



Jesteśmy zespołem, dla którego opinie stały się elementem naszego życia. Od lat interesowaliśmy się rozwijaniem firm na portalach opiniotwórczych, co teraz stało się codziennością. Każdy z nas chciałby posiadać dobrą opinie oraz wzbudzać zaufanie wśród swoich klientów, dzięki czemu w przyszłości przedsiębiorcy zobaczą jak wysokie zyski można uzyskać dzięki naszej ofercie. Przez ostatnie 5 lat staliśmy obok i obserwowaliśmy co się dzieje z opiniami na świecie, mamy bardzo duże doświadczenie jeżeli chodzi o różnorakie portale. Przechodziliśmy wiele prób, które z początku były bardzo trudne ale teraz działając na wysokich obrotach z naszym całym zespołem programistycznym staliśmy się niezastąpieni.



Posiadamy sprzęt o jakim konkurencja może tylko iść! Dzięki temu nasze usługi są najlepsze na rynku! Z biegiem czasu non-stop inwestujemy w nowe rozwiązania by zapewnić naszym klientom usługę premium!

Chyba nie musimy Ci przypominać drogi przedsiębiorco o tym że aż 16,8mln ludzi w Polsce korzysta z różnych portali np. Facebooka YT google itd.

Ludzie jadący do danej firmy w 70% czytają opinie w interencje, dzięki czemu budujesz w nich zaufanie do swojej firmy!

Najgorsze jest w tym wszystkim, że zadowolony klient opinii nie wystawi w 75%, a za to niezadowolony postara się wystawić 1 albo może nawet i kilka!

Z klientem wiążemy się umową o świadczenie usług marketingowych, dzięki czemu uzyskują państwo 100% gwarancji wykonania usługi!

Gwarantujemy:

- 100% satysfakcji z wykonanych usług!
 - Umowę poufności!
- Indywidualne podejście do każdego klienta!
- Indywidualnego opiekuna każdego zlecenia!
 - Stały kontakt z klientem!
 - Terminowość!
- Wystawiamy faktury VAT!

* TO TY DOBIERASZ CZĘSTOTLIWOŚĆ DODAWANYCH KOMENTARZY *
Nie zastanawiaj się !!

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928200513/https://kup-komentarze.pl/o-firmie/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 13:35, dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]¹

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

Działalność Przedsiębiorcy była dalej opisywana w następujący sposób:

„Posiadamy sprzęt o jakim konkurencja może tylko śnić! Dzięki temu nasze usługi są najlepsze na rynku! Z biegiem czasu non-stop inwestujemy w nowe rozwiązania by zapewnić naszym klientom usługę premium!

Chyba nie musimy Ci przypominać drogi przedsiębiorco o tym że aż 16,8mln ludzi w Polsce korzysta z różnych portali np. Facebooka YT google itd.

Ludzie jadący do danej firmy w 70% czytają opinie w interencje, dzięki czemu budujesz w nich zaufanie do swojej firmy!

Najgorsze jest w tym wszystkim, że zadowolony klient opinii nie wystawi w 75%, a za to niezadowolony postara się wystawić 1 albo może nawet i kilka!

Z klientem wiążemy się umową o świadczenie usług marketingowych, dzięki czemu uzyskują państwo 100% gwarancji wykonania usługi!

Gwarantujemy:

- 100% satysfakcji z wykonanych usług!
- Umowę poufności!
- Indywidualne podejście do każdego klienta!
- Indywidualnego opiekuna każdego zlecenia!
- Stały kontakt z klientem!
- Terminowość!
- Wystawiamy faktury VAT!

*** TO TY DOBIERASZ CZĘSTOTLIWOŚĆ DODAWANYCH KOMENTARZY *Nie zastanawiaj się !!**

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928200513/https://kup-komentarze.pl/o-firmie/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 13:35, dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

¹ Wszystkie zrzuty ekranu pochodzą z serwisu Wayback Machine, który jest archiwum stron internetowych, które pozwala na zapisanie i odtworzenie dokładnego zapisu danej strony internetowej z konkretnego czasu zapisu.

Ofertą powtarzającą się w każdym serwisie zarządzanym przez Przedsiębiorcę były „Opinie Google z treścią”. Kształt tej oferty w każdym z wyżej wymienionych serwisów był podobny (różniły się jedynie ceną i opcjami dodatkowymi). Dla przykładu oferta z <https://kup-komentarze.pl/>:

Opinie Google z treścią

★★★★ (60 opinii klienta)

0,00 zł – 13.999,99 zł
Podane ceny są cenami brutto.

DLA NOWYCH 5 OPINII Z PŁATNOŚCIĄ PO WYKONANIU USŁUGI! WEJDŹ W „ILOŚĆ OPINII” I WYBIERZ SWOJĄ OPCJĘ.

Chcesz mieć **większe zainteresowanie** wśród klientów i **zwiększyć swoją sprzedaż**? Nie wahaj się i dokonaj zakupu już dziś!

Dzięki nam uzyskasz większe zaufanie wśród klientów!

Zaufaj kup-komentarze.pl

Ilość opinii :
Wybierz opcję

Opcje dodatkowe


- Co najmniej 3 zdania (+25%)
- Konta zaprogramowane (+30%)
- Lokalny przewodnik (+40%)
- Optymalizacja słów kluczowych (+23%)

Własne opinie
Chcę wpisać własne opinie

Wklej link
Jeśli podasz niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:00-16:00

W razie pytań skontaktuj się

Zobacz co zyskasz dzięki kup-komentarze.pl



PAMIĘTAJ!
AŻ 80% POPULACJI W DZISIEJSZYCH CZASACH SPOJRZY NA OPINIE

Watch on YouTube

Współpracujemy z:

Belgia, Niemcy, Czechy, Szwecja, Finlandia, Norwegia, Francja, Szwajcaria, Austria, Węgry, Hiszpania, Portugalia, Włochy

1 DODAJ DO KOSZYKA

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928201045/https://kup-komentarze.pl/produkt/10-opinii-gratis-opinie-google-20/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 14:35, dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

W ramach oferty na stronie <https://kup-komentarze.pl/> (stan strony z 28 września 2021 r.) klient mógł wybrać liczbę kupowanych opinii („5 - nowy klient płatność po 124,99”, „1+1 gratis”, „5+2 gratis”, „10+2 gratis”, „20+3 gratis”, „30+3 gratis”, „50+4 gratis”,

„75+5 gratis”, „100+10 gratis”, „200+15 gratis”, „300+20 gratis”, „500+25 gratis”, „1000+30 gratis”), a ich cena na dzień 28 września 2021 r. wahała się od 0 zł do 13.999,99 zł w zależności od wybranej liczby opinii. Klient decydował o częstotliwości dodawania opinii oraz możliwości wyboru opcji dodatkowych opisywanych przez Przedsiębiorcę, tj.: „co najmniej 3 zdania (+25%); Konta zaprogramowane (+30%)²; Lokalny przewodnik (+40%); Optymalizacja słów kluczowych (+23%); a także miał możliwość dodania własnej opinii poprzez pole «Własne opinie», opisane w następujący sposób: «Chcę wpisać własne opinie»”.

Opis oferty kupna „Opinii Google z treścią” miał następującą treść:

Jak kupić Pakiet Google - opinie?

Dokonanie zakupu opinii Google jest bardzo proste i intuicyjne.

1. W pierwszej kolejności należy wybrać ilość opinii Google.
2. Następnie można wybrać opcje dodatkowe do opinii Google.
3. Później ważne jest, aby wybrać interwał dodawania opinii Google.
4. Na koniec należy wpisać nazwę swojej firmy w miejscu, które pokazane

Opinie Google z treścią

Chcąc zaistnieć na rynku i zdobyć nowych klientów koniecznie musisz zdobyć pozytywne opinie Google. Aby to zrobić, kup opinie w Google i ciesz się szybkim napływem klientów. Moje opinie Google, pozwolą Twojej firmie stać się prawdziwym rekinem na rynku! Kup opinie Google!

Jak działa Google opinia?

Opinia firmy to jeden z głównych czynników wpływających na jej sukces. Kup Google opinie i ciesz się jej rozwojem. Narzędzie to pomoże Ci w budowaniu pozytywnego wizerunku wśród klientów. Google opinia wygeneruje dla Ciebie nowe możliwości. Klienci przed zakupem zawsze sprawdzają opinie Google kup więc wiele opinii, aby zdobyć klientów ich jak najszybciej.

Jak kupić opinie Google?

Zdecydowałeś się i chcesz kupić opinie Google? Wystarczy, że wejdiesz na naszą stronę, wybierzesz zakładkę opinie Google, dostosujesz wszystko do swoich potrzeb i klikniesz „dodaj do koszyka”. Sfinalizuj transakcję i opinia Google zacznie budować Twoją markę! Kup opinie Google i ciesz się zadowoleniem klientów.

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928201045/https://kup-komentarze.pl/produkt/10-opinii-gratis-opinie-google-20/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 14:35, dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

² Na stronie <https://lepszeopinie.com/> Przedsiębiorca zdefiniował konta programowane jako „konta, które sami zaprogramowaliśmy, tak aby miały one duży wpływ na pozycjonowanie Twojej wizytówki. Jest to widoczne szczególnie wtedy, kiedy masz dużą konkurencję w mieście, wówczas wyświetlisz się przed Nimi”.
<https://web.archive.org/web/20220529013243/https://lepszeopinie.com/produkt/kup-opinie-google/>
Dowód: wydruk z dnia 10 stycznia 2024 r., godz. 10:18, dot. stanu strony z dnia 29 maja 2022 r. k. 187-192 akt admin.

Przedsiębiorca oferował także możliwość dodania wyłącznie samej oceny (gwiazdek) w wizytówkach Google Maps (dalej: Wizytówki Google), dla przykładu oferta ze strony <https://kup-komentarze.pl/>:



OPINIE GOOGLE · FACEBOOK · INSTAGRAM



Zobacz co zyskasz dzięki kup-komentarze.pl



Opinie bez treści (same gwiazdki)

★★★★ (58 opinii klienta)

29,99 zł – 1.399,99 zł

Podane ceny są cenami

Chcesz mieć **większe zainteresowanie** wśród klientów i **zwiększyć swoją sprzedaż**? Nie wahaj się i dokonaj zakupu już dziś!

Dzięki nam uzyskasz większe zaufanie wśród klientów!

Sprawdź i zaufaj kup-komentarze.pl

Ilość opinii :

Wybierz opcję

Opcje dodatkowe

Konta zaprogramowane (+30%)

Optymalizacja słów kluczowych (+23%)

Wklej link

Jeśli podasz niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:00-16:00

W razie pytań skontaktuj się

22 667 63 43

1 BODAJ DO KOSZYKA

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928203150/https://kup-komentarze.pl/produkt/opinie-google-2/> dostęp w dniu 29 maja 2022 r., godz. 14:46 dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

Usługa dodawania samych ocen (gwiazdek) do Wizytówek Google była opisywana w następujący sposób:

Jak kupić Pakiet Google - opinie?

1. Wyszukaj swoją firmę w Google i wciśnij przycisk oznaczony na zdjęciu.
2. Kliknij Udostępnij, a następnie kopiuuj link.

3. Na stronie kup-komentarze.pl wybierz opcje dodatkowe, które Ci odpowiadają, zaznacz częstotliwość dodawania opinii oraz wklej link do swojego

[...]

Opinie Google bez treści

Jeśli zależy Ci na zdobyciu nowych klientów, koniecznie musisz wypróbować nasz pakiet — pozytywne opinie Google. Kup opinie w Google, ponieważ robiąc to, od razu rozwijasz swoją działalność. Moje opinie Google pozwolą Twojej firmie wypłynąć na szerokie wody.

Jak działa Google opinia?

Jeśli ważna jest dla Ciebie opinia firmy i zależy Ci na jej dobrym marketingu, kup Google opinie. Narzędzie to pozwoli uzyskać Ci jak najwięcej klientów w najkrótszym możliwym czasie. Działanie takie, choć płatne wygeneruje dla Ciebie ogromne zyski. Potencjalni klienci zawsze zwracają uwagę na opinie Google kup więc ich jak najwięcej.

Jak kupić opinie Google?

Nie ma nic prostszego. Wystarczy, że wejdiesz na naszą stronę, otworzysz zakładkę opinie Google, dostosujesz wszystko do swoich preferencji i klikniesz „dodaj do koszyka”. Załatwione, jeszcze tylko finalizacja transakcji i opinia Google jest Twoja! Kup opinie Google i ciesz się nowym napływem klientów!

Powiązane produkty:

- [Opinie Google z treścią](#)
- [Usuwanie opinii Google](#)
- [Lajki pod opinie Google](#)

Sprawdź ofertę naszą i naszych partnerów:

<https://lepszeopinie.com/>

<https://opinie-google.pl/>

<https://lajkipolskie.pl/>

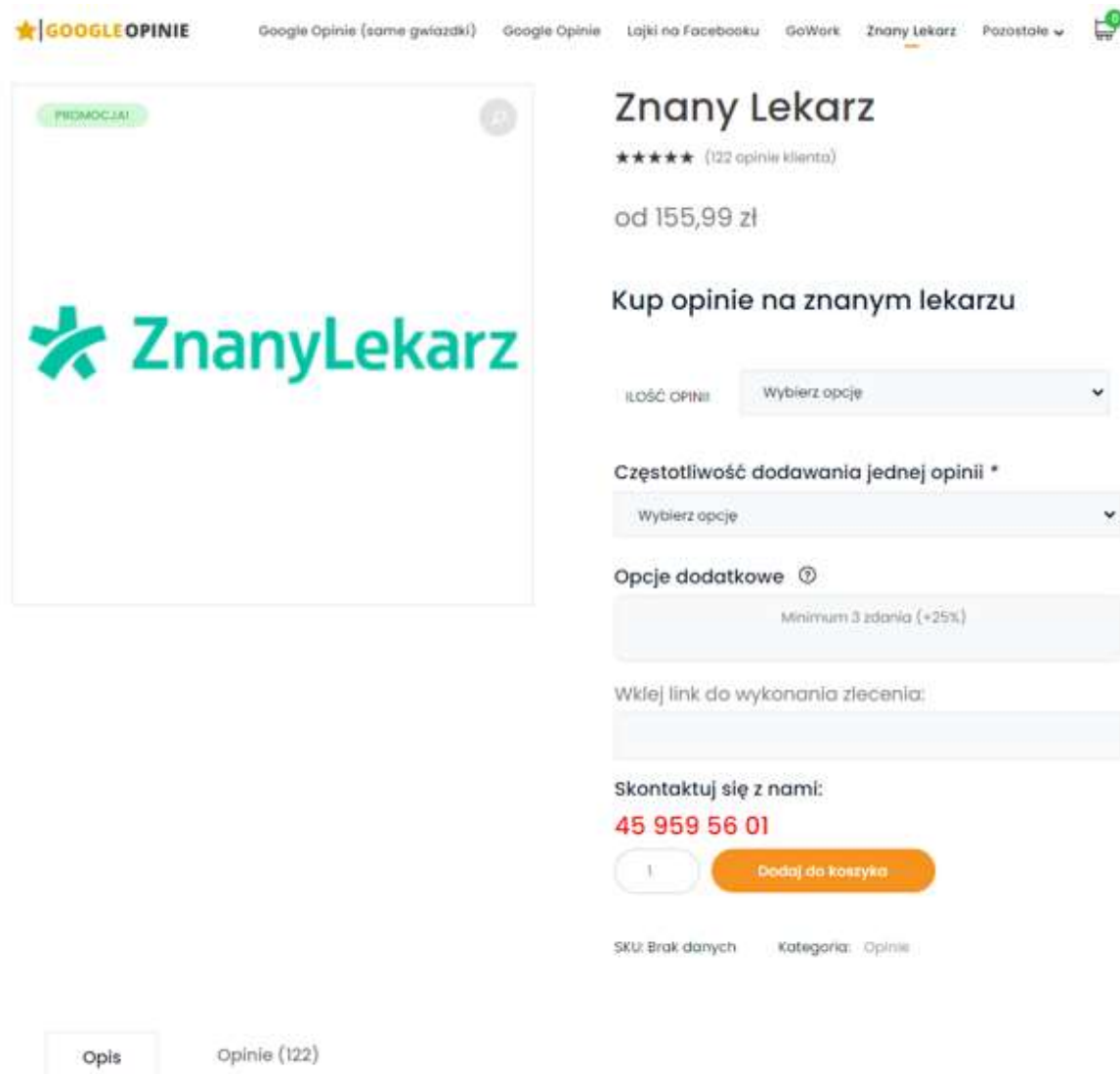
<https://kup-komentarze.pl/>


<https://kup-komentarze.com/>

Kilka przykładowych wykonanych opinii

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928203150/https://kup-komentarze.pl/produkt/opinie-google-2/> dostęp w dniu 29 maja 2022 r., godz. 13:08 dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

Przedsiębiorca oferował także dodawanie opinii w szeregu innych serwisów m.in. w znanylekarz.pl, Facebook, opineo.pl, wakacje.pl, Tripadvisor. Kształt oferty dodania opinii na wszystkich tych portalach był do siebie podobny.



★ | **GOOGLE OPINIE** Google Opinie (same gwiazdki) Google Opinie Lajki na Facebooku GoWork **Znany Lekarz** Pozostałe ▾ 

PROMOCJA!

Znany Lekarz

★★★★★ (122 opinie klienta)

od 155,99 zł

Kup opinie na znanym lekarzu

ILOŚĆ OPINII Wybierz opcję ▾

Częstotliwość dodawania jednej opinii *
Wybierz opcję ▾

Opcje dodatkowe ⓘ
Minimum 3 zdania (+25%)

Wklej link do wykonania zlecenia:

Skontaktuj się z nami:
45 959 56 01

SKU: Brak danych Kategoria: Opinie

Opis **Opinie (122)**

Opinie ZnanyLekarz

Znany Lekarz to bardzo popularny portal, na którym osoby potrzebujące pomocy medycznej mogą wyszukiwać specjalistów różnych dziedzin oraz dzielić się opiniami na ich temat. Nie można zaprzeczyć, że to właśnie opinie na temat danego lekarza są kluczowe w wyborze konkretnego specjalisty. Nie ma w tym nic dziwnego, ponieważ każdy z nas chce być pod opieką wykwalifikowanego fachowca, gdy w grę wchodzi problemy zdrowotne. Opinie na Znanym Lekarzu są przez wiele osób traktowane jako priorytet w wyborze specjalisty, dlatego warto zadbać o odpowiednie komentarze, aby zachęcić pacjentów do swojej osoby.

Jeśli prowadzisz praktykę lekarską, zapewne doskonale zdajesz sobie sprawę z tego, jak ważne jest posiadanie odpowiedniej opinii. Z uwagi na to, że większość współczesnych pacjentów poszukuje ich w internecie, możemy pomóc Ci w zbudowaniu pożądanego wizerunku. Portal Znany lekarz i pozytywne opinie na nim to gwarancja sukcesu!

Musisz jedynie zamówić pakiet opinii, które opublikujemy dla Ciebie na portalu Znany Lekarz. Samodzielnie określisz ich ilość oraz częstotliwość dodawania. Dołożymy wszelkich starań, aby wpisy były unikatowe oraz naturalne i nie budziły żadnych wątpliwości. Posiadamy duże doświadczenie, dlatego doskonale zdajemy sobie sprawę, jak powinien wyglądać profil na Znanym Lekarzu i opinie pacjentów.

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210803180334/https://opinie-google.pl/produkt/znany-lekarz/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 10:46, dot. stanu strony z 3 sierpnia 2021 r.]



Opinie Facebook

od 129,99 zł netto

Spraw by Twój FanPage miał dobre opinie i zachęć szybciej potencjalnego klienta do zakupu.

Konta wyłącznie z Polski!

Zaufaj i sprawdź opinie-google.pl

ILOŚĆ OPINII

Wybierz opcję

Opcje dodatkowe ⓘ

Konta minimum 300 zł netto (+30%)

Minimum 3 zdania (+30%)

Własne opinie

Chcę wpisać własne opinie

Wklej link

Jakiś podasz niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:50-18:00

W razie pytań skontaktuj się:

22 667 63 43

Pole kuponu znajduje się na stronie koszyka lub zamówienia

1

Dodaj do koszyka

Opis

Opinie (0)

Kup opinie na Facebook

Firmy, które nie mają opinii w **Social Media**, zrywcą nie są brane pod uwagę. Niestety, aby zbudować bazę stałych klientów przy tak dużej konkurencji na rynku, musisz o nich zawiadom. Żeby zyskać wiarygodność swojej firmy, dodaj jej **fanpage** i zbieraj pozytywne opinie. Jeśli jednak chcesz przyspieszyć widowanie Twojej strony w górę kup **opinie Facebook** i patrz, jak wybija się Twój fanpage.

Jak działają opinie na Facebook?

Chyba każda osoba przed zakupem czegośkolwiek w internecie czyta opinie na temat danej firmy. O wiele chętniej odwiedzane są fanpage, które mają dużą ilość **lajków** i komentarzy. **Facebook opinie** są dla klientów ważną informacją zwrotną pokazującą czy mogą obdarzyć zaufaniem daną firmę. Im więcej opinii tym lepiej.

Jak zdobyć aktywnych klientów?

Warto jednak zaoferować się również w aktywnych obserwatorów. Aby to zrobić, dodawaj **zdjęcia na fb** i **kup komentarze**. Nie tylko opinie, które możesz zakupić u nas, świadczą o wysokiej popularności Twojej firmy. Ważne są także reakcje użytkowników **Facebooka** a dlatego **kup lajki na Facebooku** i ciesz się wzrostem wyświetlań i nowych klientów. Pamiętaj, aby być systematycznym, w tym co robisz: **kup like na fb** i rob to cyklicznie, aby nie zatrzymał ruchu na Twoim fanpage. **Lajki, komentarze**, widzowie i opinie zbudują idealną stronę dla Ciebie.

Sprawdź ofertę naszą i naszych partnerów:

<https://kupiopinie.pl/>
<https://kupilajki.pl/>
<https://kup-komentarze.pl/>
<https://kup-komentarze.com/>

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20220503055456/https://opinie-google.pl/produkt/opinie-facebook/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 11:19, dot. stanu strony z 3 maja 2022 r.]

Jako jedyni w Polsce nowi klienci płacą po wykonaniu 5 opinii. Sprawdź i zaufaj opinie-google.pl

PROMOCJA!



Opineo.pl

★★★★★ (58 opinii klienta)

~~95,98 zł~~ od 76,78 zł netto

Indywidualnie podchodzimy do każdego zamówienia. Dokładnie przeanalizujemy Twoją wizytówkę, abyśmy mogli uzyskać jak najlepsze wyniki. Jeżeli pojawiają się jakiegokolwiek pytania i wątpliwości, prosimy o nawiązanie kontaktu telefonicznego.



Wybierz opcję

Opcje dodatkowe ?

Minimum 3 zdania (+25%)

Wklej link

Jeśli podasz niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:00-16:00

W razie pytań skontaktuj się:

45 959 56 01

Pole kuponu znajduje się na stronie koszyka lub zamówienia

1

Dodaj do koszyka

SKU: Brak danych

Kategorie: Inne, Opinie

Opis

Opinie (58)

Opinie Oferteo

Opineo to popularna wyszukiwarka firm, świadczących określone usługi. Każdy użytkownik może w dowolnej chwili uzupełnić prosty formularz, w którym określa, jaki produkt lub usługa są mu potrzebne, a w zamian otrzymuje listę gotowych ofert od firm, które są w stanie spełnić jego oczekiwania.

Nie są to jednak jedyne możliwości tego portalu, ponieważ użytkownicy mogą oceniać firmy oraz pisać opinie na ich temat. Jest to zatem kolejna platforma, która ułatwia podejmowanie decyzji odnośnie wyboru produktów lub usług.

Wobec tego powinieneś zadbać o to, aby na Opineo również nie zabrakło pozytywnych opinii na temat Twojej firmy. Dzięki nim klienci będą bardziej skłonni, aby wybrać właśnie Twoją ofertę.

Pamiętaj, że nie musisz czekać na to, aby użytkownicy docenili Twoją pracę poprzez zamieszczenie pozytywnych ocen. Możesz mieć je od zaraz. Wystarczy, że skorzystasz z naszego wsparcia. Jesteśmy w stanie błyskawicznie poprawić wizerunek Twojego przedsiębiorstwa w sieci. Oferujemy Ci pakiet unikatowych, naturalnych opinii na portalu Opineo. Zdecyduj, jaka ilość wpisów Cię interesuje oraz określ częstotliwość ich dodawania, a następnie przejdź prosty proces zakupowy. Gwarantujemy szybkie efekty.

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20220403165945/http://opinie-google.pl/produkt/opineo/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 11:27, dot. stanu strony z 3 kwietnia 2022 r.]

Wakacje

76,78 zł – 1.439,99 zł netto

To dzięki nam, sprawimy by Twoja firma wyróżniała się tym co potencjalny klient potrzebuje wiedzieć na temat Twojej firmy, a recenzje są na to czystym dowodem.

Ilość opinii

Wybierz opcję ▼

Opcje dodatkowe ⓘ

Minimum 3 zdania (+25%)

Konta zaprogramowane (+30%)

Wklej link

Jeśli podasz niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:00-16:00

W razie pytań skontaktuj się

22 667 63 43

Pole kuponu znajduje się na stronie koszyka lub zamówienia

SKU: brak Kategorie: [Inne](#), [Opinie](#)

- [Opis](#)
- [Opinie \(0\)](#)

Opis

Kup opinie wakacje.pl

Prowadzisz firmę w sektorze turystycznym i zależy Ci na szybkim zdobyciu pozytywnych ocen Twojej firmy? Wystarczy, że **kupisz opinie na wakacje.pl**. Serwis ten jest odwiedzany przez tysiące, a nawet setki tysięcy podróżnych. To właśnie tam szukają oni opinii na temat Twojego biura podróży czy ofert noclegowych. Jeśli chcesz zwiększyć zarobki **kup opinie wakacje.pl (focus)** i obserwuj, jak wzrasta zainteresowanie podróżnych Twoimi ofertami.

Jak działają opinie wakacje.pl ?

Dobra opinia na temat firmy potrafi działać naprawdę wiele. Aby dotrzeć do klientów z Twojego sektora i pokazać im jak wiarygodnym i profesjonalnym przedsiębiorcą jesteś **kup opinie o Twojej firmie na wakacje.pl**. Ten zabieg zdecydowanie zwiększy zainteresowanie podróżujących Twoją ofertą, co przyniesie Ci stale rosnące zyski. Zakup taki jest ogromną szansą, która pomoże Ci wznieść się na wyżyny.

Jak kupić opinie Google?

Skoro zdecydowałeś się już na zakup **opinii na wakacje.pl** musisz wykonać kilka prostych kroków.

- Po pierwsze uzupełnij poniższe informacje.
- Po drugie kliknij „dodaj do koszyka”
- Po trzecie i ostatnie – sfinalizuj transakcję!

Teraz możesz wygodnie usiąść na kanapie i obserwować jak rośnie liczba pozytywnych **opinii na wakacje.pl**

[źródło: [zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem https://web.archive.org/web/20220529014405/https://lepszeopinie.com/produkt/wakacje-pl-opinie/](https://web.archive.org/web/20220529014405/https://lepszeopinie.com/produkt/wakacje-pl-opinie/), 31 maja 2023 r., godz. 10:43, dot. stan z dnia 29 maja 2022 r.]



No Stock



Tripadvisor

★★★★★ (118 opinii klienta)

76,78 zł–1.439,99 zł

Kup opinie o hotelach tripadvisor

Ilość opinii

Wybierz opcję

Opcje dodatkowe

Minimum 3 zdania (-25%)

Wklej link

Jeśli podczas niepoprawny link skontaktujemy się z Tobą tego samego dnia w godzinach 8:00-18:00

W razie pytań skontaktuj się

22 667 63 43

1

Dodaj do koszyka

SKU: BRAK

KATEGORIE: INNE, OPINIE

Opis **Opinie (118)**

Opinie Tripadvisor

Jeśli prowadzisz hotel, pensjonat lub gospodarstwo agroturystyczne, z pewnością znasz portal TripAdvisor. W tym serwisie możesz utworzyć szczegółowy profil swojej działalności. Posiadanie konta umożliwi Ci zamieszczenie najważniejszych informacji, takich jak dane teleadresowe, ogólna charakterystykę obiektu oraz zdjęcia. Opinie o hotelach TripAdvisor są doceniane przez klientów, dlatego warto postarać się o to, by firma na tej stronie była przedstawiona jak najlepiej. A nasze doświadczenie pozwala nam to zagwarantować.

TripAdvisor opinie hoteli – portal ten jest bardzo popularny wśród turystów. Jest on wykorzystywany jako platforma, na której użytkownicy recenzują restauracje, miejsca noclegowe oraz różnego rodzaju atrakcje turystyczne. Jeśli chcesz, aby Twój hotel, pensjonat, restauracja etc. była widoczna w Internecie, musisz znaleźć się na tym portalu! My sprawimy, że opinie będą zachęcające, a Państwo w krótkim czasie zauważą pozytywne rezultaty naszych działań.

Powszechnie wiadomo, jak wielkim zaufaniem cieszą się opinie zamieszczane w Internecie i właśnie dlatego TripAdvisor często jest wykorzystywany jako narzędzie pomocne w planowaniu urlopu i wypoczynku. Im więcej pozytywnych ocen ma dany obiekt, tym większe szanse na to, że nie zabraknie turystów, którzy zechcą go odwiedzić.

Dbasz o to, aby Twoi goście mogli spędzić niezapomniany urlop, ale nadal nie widzisz zbyt wielu pozytywnych opinii na TripAdvisor? Pomocemy Ci błyskawicznie to zmienić! Skorzystaj z naszej oferty, a przekonasz się, że w krótkim czasie Twój lokal zyska mnóstwo rewelacyjnych ocen. Samodzielnie określiš, ile wpisów potrzebujesz i jak często mają być dodawane. To jedyna rzecz, którą musisz wykonać. Wystarczy, że złożysz zamówienie. Po tym pozostanie Ci już tylko obserwować efekty.

TripAdvisor opinie o hotelach to portal na którym musi znaleźć się Twoja firma! Skontaktuj się z nami i poznaj szczegóły naszej oferty.

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210927125645/https://lepszeopinie.com/produkt/tripadvisor/>, dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 12:44, dot. stan z dnia 27 września 2021 r.]

Przedsiębiorca udostępniał też możliwość dodawania opinii o swoich usługach na stronach, na których prezentował ofertę publikacji opinii. Pod ofertą publikacji opinii na portalu Tripadvisor, która znajdowała się na stronie <https://lepszeopinie.com/produkt/tripadvisor/>, figurował szereg opinii klientów Przedsiębiorcy. Kontrahenci Przedsiębiorcy w swoich opiniach wskazywali, m.in.:

Jacek

29 sierpnia, 2020



Ogólnie to jestem zadowolony. Już skończyliście pisać 100 opinii i niedługo zamawiam 200 bo spisałiście się bardzo dobrze

Justyna

30 sierpnia, 2020



Polecam usługę. Opinie pisane starannie oraz co 3 dni tak jak zaznaczyłem. Nie są usuwane także jestem bardzo zadowolony

szymon

31 sierpnia, 2020



Moja usługa już się zakończyła i wszystko jest tak jak miało być. Opinie są długie jak prosiłem oraz nie były one usuwane i na tym też bardzo mi zależało

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210927125645/https://lepszeopinie.com/produkt/tripadvisor/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 12:44, dot. stan z dnia 27 września 2021 r.]

Ponadto, w serwisach <http://https://kup-komentarze.com/>, [www.lepszeopinie.com](http://https://opinie-google.pl/), <http://https://opinie-google.pl/> Przedsiębiorca zachęcał do podjęcia stałej współpracy w dodawaniu opinii. Przedstawiona oferta zakładała obniżenie ceny jednostkowej za dodanie opinii pod warunkiem zakupu minimum 100 opinii tygodniowo.

Współpracuj z nami!

Ofertę wystawiamy do firm, które posiadają wielu klientów, którzy chcą sprzedawać masowo Opinie Google.

Opinie hurtowo dla wizytówek Google i Tripadvisor.

Kraje to: Hiszpania, Anglia, Niemcy, Polska, Francja, Stany Zjednoczone, Austria, kraje skandynawskie, Włochy...

Wymagania to:

- Minimum 100 opinii tygodniowo
- Faktura VAT co 10 dni

Zalety:

- Własny panel (sam wklejasz swoje zlecenia)
- 10zł netto (każdy kraj inna cena w zależności od ilości)
- Przy minimum 500 opiniach tygodniowo cena w PL to 9,50 netto

[źródło: zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20220629005828/https://www.lepszeopinie.com/wspolpraca/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 12:59, dot. stan z dnia 29 czerwca 2022 r.]

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

W toku postępowania wyjaśniającego, w odpowiedzi na pytanie, czy kontrahenci Przedsiębiorcy udostępniali produkty lub usługi w celu ich przetestowania przed wystawieniem opinii (wraz z udokumentowaniem odpowiedzi, jeśli takie przypadki

miały miejsce), Krzysztof Michalski oświadczył, że klienci mogli dostarczyć próbki swoich produktów/wyrobów bądź opis usług do przetestowania i oceny, jednak nie przekazał on dokumentów świadczących o wykonywaniu testów produktów.

Klienci mogli przesać Przedsiębiorcy gotową treść komentarzy na co wskazuje m.in. interfejs zamawiania opinii Google zamieszczony w różnych portalach używanych przez Przedsiębiorcę. Przedsiębiorca jednocześnie wyjaśnił, że „Podmioty zamawiające usługę mogą przesać gotową treść komentarzy, których podstawą są uprzednie oceny ich klientów i kontrahentów”, w celu ich publikacji. Przedsiębiorca poinformował, że przekazywał swoim klientom sprawozdania z wykonanej usługi, jeśli klient odrębnie zlecił i opłacił taką usługę.

Dowód: pismo pełnomocnika Przedsiębiorcy z dnia 27 sierpnia 2021 r. k. 30 akt adm.; zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

Usługa publikacji opinii obejmowała tworzenie treści opinii, co wprost wynika z ofert dostępnych na stronach Przedsiębiorcy. Przykładem twierdzeń, wskazujących na samodzielne przygotowywanie treści opinii, jest oferta opublikowania opinii w portalu Opineo zamieszczona na stronie <http://opinie-google.pl/>: „Pamiętaj, że nie musisz czekać na to, aby użytkownicy docenili Twoją pracę poprzez zamieszczenie pozytywnych ocen. Możesz mieć je od zaraz. Wystarczy, że skorzystasz z naszego wsparcia. Jesteśmy błyskawicznie poprawić wizerunek Twojego przedsiębiorstwa w sieci. Oferujemy Ci pakiet unikatowych, naturalnych opinii na portalu Opineo”.

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20220403165945/http://opinie-google.pl/produkt/opineo/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 10:27, dot. stan z dnia 3 kwietnia 2022 r.]

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

Na tej podstawie można przy tym stwierdzić, że zasadą było tworzenie treści opinii przez Przedsiębiorcę, a ich przesyłanie bezpośrednio przez zamawiającego miało charakter fakultatywny.

Ponadto Przedsiębiorca wielokrotnie w treści swoich ofert zapewniał potencjalnych klientów o znaczącym wpływie (dodawanych przez niego) opinii na wyniki wyszukiwania w wyszukiwarkach, tj. Google, stronach zbierających oceny konsumenckie oraz porównywarkach cenowych. Poniżej przykłady ww. zapewnień:

„Zastanawiasz się, co widzisz, otwierając pierwszą stronę internetową w Google? To zazwyczaj komentarze i opinie rzucają się w oczy. To one **przedstawiają wizerunek firmy i pozwalają na wyrobienie sobie wstępnego zdania**. Wbrew pozorom pozytywne komentarze i opinie w Google wpływają na to, czy klienci zdecydują się na zakup w Twoim sklepie. Jeżeli prowadzisz firmę w kraju i zależy Ci na unikalnych komentarzach, to wybieraj te w rodzimym języku, które nie wzbudzają podejrzeń. **Generuj ruch na stronie i ruch wokół swojego biznesu** i daj konsumentom możliwość wyboru najlepszej firmy. Wskaż im drogę do siebie”.

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20210927122549/https://lepszeopinie.com/produkt/kup-opinie-google/> dostęp w dniu 31 maja 2023 r., godz. 13:48, dot. stan z dnia 27 września 2021 r.]

„Klienci przed zakupem zawsze sprawdzają opinie Google kup więc wiele opinii, aby zdobyć klientów jak najszybciej”

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20210928201045/https://kup-komentarze.pl/produkt/10-opinii-gratis-opinie-google-20/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 13:35, dot. stan z dnia 28 września 2021 r.]

„Dzięki naszym opiniom zyskałiśmy grono zadowolonych klientów, co motywuje nas do dalszej pracy. Pozytywne opinie o firmie w internecie - to wzrost sprzedaży Twoich usług i produktów oraz stabilna pozycja Twojej firmy w sieci”.

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20210928200513/https://kup-komentarze.pl/o-firmie/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 12:35, dot. stan z dnia 28 września 2021 r.]

„Chcesz mieć większe zainteresowanie wśród klientów i zwiększyć swoją sprzedaż? Nie wahaj się i dokonaj zakupu już dziś!”.

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20210928203150/https://kup-komentarze.pl/produkt/opinie-google-2/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 12:35, dot. stan z dnia 28 września 2021 r.]

Ponadto Przedsiębiorca w swoich ofertach zapewniał o tym, że jego sposób działania pozwala na ominięcie zabezpieczeń portali udostępniających opinie konsumentów, zaś treść publikowanych opinii wywrze na konsumentach je czytających wrażenie opinii autentycznych klientów danego przedsiębiorcy. Przykładem takich zapewnień może być fragment opisu oferty publikacji opinii w serwisie Znany Lekarz zamieszczony na stronie <http://https://opinie-google.pl/> o następującej treści: „Dołożymy wszelkich starań, aby wpisy były unikatowe oraz naturalne i nie budziły żadnych wątpliwości. Posiadamy duże doświadczenie, dlatego doskonale zdajemy sobie sprawę, jak powinien wyglądać profil na Znany Lekarz i opinie pacjentów”. Dodatkowo Przedsiębiorca w swoich ofertach podkreślał, że umowy zawarte z jego kontrahentami mają charakter poufny.

[źródło: zrzut: <https://web.archive.org/web/20210803180334/https://opinie-google.pl/produkt/znany-lekarz/> dostęp w dniu 30 maja 2023 r., godz. 9:46, dot. stan z dnia 3 sierpnia 2021 r. oraz zrzut ze strony internetowej dostępnej pod adresem: <https://web.archive.org/web/20210928200513/https://kup-komentarze.pl/o-firmie/> dostęp w dniu 29 maja 2023 r., godz. 13:35, dot. stanu strony z 28 września 2021 r.]

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm.

Z oświadczenia Przedsiębiorcy wynika, że w pierwszej połowie 2021 r. zawarł [informacja prawnie chroniona] umowy dotyczące publikowania opinii (komentarzy) w Internecie. Zgodnie z twierdzeniem Przedsiębiorcy umowy nie były zawierane w formie pisemnej. Prezes Urzędu zwrócił się również do podmiotów, które Przedsiębiorca wskazał jako swoich 10 największych kontrahentów w pierwszej połowie 2021 r. Z ich wyjaśnień wynika m.in., że Przedsiębiorca w części przypadków przekazywał raporty z publikowanych w wizytówce Google opinii zawierające m.in. informacje o treści dodanej opinii, czasie jej dodania, jak i adresie e-mail, z którego została ona dodana.

Dowód: pismo pełnomocnika Przedsiębiorcy z dnia 23 września 2021 r. k. 39 akt adm.; wydruk raportu z wykonania usługi dla [informacja prawnie chroniona], k. 151-152 akt adm.

Treść przykładowego raportu (odzwzorowana tabela oraz skan):

Opinia ID	Zlecenie ID	Mail	Treść opinii	Data dodania
1951	213	DomyslnaMateusz.wilkjdmareya@gmail.com	Za radą Miłego Pana z obsługi kupiłem precynarkę taśmową [informacja prawnie chroniona] i muszę powiedzieć, że był to strzał w dziesiątkę. To jest sprzęt z najwyższej półki, a cena wcale nie jest taka wysoka jaka mogłaby się wydawać Gorąco polecam!	2020-11-1? 19:05:44
2462	213	DomyslnaAntwanette jamyriaantwanettejamyria@gmail.com	Piły taśmowe jak najbardziej warte swojej ceny. Obsługa zawsze miło doradzi. Generalnie polecam, bo mają duży asortyment, a oferowane produkty są bardzo wysokiej jakości.	2020-11-2? 06:06:27
2981	213	dallarsnumber570@gmail.com	Kupiłem do firmy dwie precynarki taśmowe od [informacja prawnie chroniona]. Cały proces oceniam na plus, bo wszystko przebiegło sprawnie oraz dobrze mnie obsłużono. Precynarki spisują się bardzo dobrze i nie mam żadnych uwag co do nich.	2020-12-0? 22:13:25
3420	213	saburodufa546@gmail.com	Oddałem firmie moją precynarkę do prawy, nie sądziłem, że da się ją w ogóle naprawić Panowie dokonali niemożliwego i precynarka działa znakomicie. Dodatkowo zrobili to za nieduże pieniądze.	2020-12-0? 18:21:55
3837	213	Arek Frakowskiww5hhju@gmail.comZarządza kontem GoogleDomyślnaArek Frankowskiww5hhju@gmail.comWszystkie kontamarkiDodaj kolejne kontoWylogujPolityka prywatności Warunki korzystania z usługi	Zakupione przeze mnie narzędzia są najwyższej jakości! Jestem mile zaskoczony asortymentem sklepu i polecam każdemu zakupy w tym miejscu. Obsługa jest również pomocna i zawsze chętnie odpowiada na pytania.	2020-12-1? 10:33:52
4537	213	gy46923@gmail.com	Piła taśmowa do metalu zakupiona u was spisuje się u mnie znakomicie. Ponadto nie zapłaciłem za nią dużo pieniędzy. Daje wam zasłużone 5 gwiazdek.	2020-12-1? 16:08:23
5132	213	jasnimcronin@gmail.com	Konkretnie zaopatrzonej sklep, w którym zawsze znajduje to, czego potrzebuję. W momencie kiedy sklep nie ma czegoś na magazynie, to chętnie domawia narzędzia na prośbę klienta. Jeszcze nigdy się nie zawiodłem, a robię tu zakupy już od dłuższego czasu.	2020-12-2? 10:14:26

[źródło: załącznik do maila Przedsiębiorcy do [informacja prawnie chroniona] z dnia 7 marca 2021 r.]

Dowód: wydruk raportu z wykonania usługi dla [informacja prawnie chroniona], k. 151-152 akt adm.

Z poczynionych ustaleń wynika, że Przedsiębiorca zaniechał oferowania usługi publikacji opinii w Wizytówkach Google i innych serwisach. Na podstawie powszechnie dostępnych archiwalnych treści stron internetowych Przedsiębiorcy można przy tym stwierdzić, że przedmiotowa usługa nie była przez Przedsiębiorcę oferowana od 30 maja 2022 r. Obecnie tożsamą działalność, wykorzystując część z tych samych domen internetowych, wykonuje Best Review Ltd. z siedzibą w Londynie. Prezesem zarządu tej spółki i właścicielem co najmniej 75% jej udziałów jest [informacja prawnie chroniona]. Zawiadomienie o wszczęciu postępowania w niniejszej sprawie, skierowane do Krzysztofa Michalskiego, zostało odebrane przez dorosłego domownika, który podpisał się jako [informacja prawnie chroniona].

Dowód: zapis stron internetowych Przedsiębiorcy w serwisie Internet Archive nagrany na płytę CD, k. 171 akt adm., zwrotne potwierdzenie odbioru zawiadomienia o wszczęciu postępowania, k. 180a akt adm.

Z przekazanych przez Urząd Skarbowy w Lesznie w pismach z dnia 26 stycznia 2024 r. oraz z dnia 17 maja 2024 r. wydruków księgi przychodów i rozchodów wynika, że w 2021 osiągnął on łączny przychód w kwocie [informacja prawnie chroniona] zł, w 2022 r. w kwocie [informacja prawnie chroniona] zł., zaś w 2023 r. w kwocie [informacja prawnie chroniona] zł.

Dowód: wydruk z karty informacyjnej z podsystemu e-ORUS dot. Krzysztofa Michalskiego z za lata 2021-2022, k. 197-198 akt adm., pismo Naczelnika Urzędu Skarbowego w Lesznie z dnia 17 maja 2024 r., k. 204-205 akt adm.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

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

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, do których kontrahenci Przedsiębiorcy kierowali bądź kierują swoją ofertę. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, tj. wszystkich potencjalnych klientów kontrahentów Przedsiębiorcy. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Krzysztof Michalski jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 u.o.k.k. Prowadzi bowiem działalność gospodarczą wpisaną do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. W konsekwencji powyższego, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 u.o.k.k., zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3), proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (pkt 4).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

1. Bezprawność

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK - z 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

Zarzucona Przedsiębiorcy praktyka stanowi nieuczciwą praktykę rynkową. Zgodnie z art. 3 u.p.n.p.r., stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi (art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r.). Mając to na względzie wskazać należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka wprowadzająca konsumentów w błąd była związana bezpośrednio z promocją oferowanych przez kontrahentów Przedsiębiorcy produktów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje równocześnie podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie

niewskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy. Artykuł 4 ust. 2 u.p.n.p.r. stanowi równocześnie, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie u.p.n.p.r. definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r.).

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Co istotne, z badań społecznych przeprowadzonych na zlecenie Prezesa Urzędu wynika, że obecnie aż 93% społeczeństwa deklaruje, że kupuje produkty online. Spośród tych osób aż 93% wskazuje, że dokonując wyboru przy zakupie kieruje się opiniami o produkcie wystawionymi w Internecie przez innych jego użytkowników, a 86% kupujących online kieruje się także publikowanymi w Internecie opiniami o sprzedawcy, z którym zamierzają zawrzeć transakcję³.

Przeciętny konsument w niniejszej sprawie to zatem taki, który posiada co najmniej podstawowe umiejętności informatyczne, wystarczające do korzystania z Internetu i pozwalające na wyszukiwanie w nim informacji, a także podstawową, ogólnie dostępną wiedzę o zasadach umieszczania informacji na stronach internetowych przedsiębiorców lub ich wizytówkach w różnych serwisach, w tym zwłaszcza jeśli chodzi o publikowanie na nich opinii, ocen, recenzji o produktach, usługach lub przedsiębiorcach. Od takiego konsumenta, nawet jeśli jest świadomy, że nie wszystkie informacje dostępne w Internecie są prawdziwe, nie można wymagać, aby dysponował wiedzą lub narzędziami pozwalającymi mu na rozpoznanie, które z opinii o produktach, usługach lub przedsiębiorcach zostały napisane przez innych konsumentów w oparciu o ich osobiste doświadczenie w korzystaniu z produktu lub usługi, a które z nich są nieprawdziwe, kupione przez przedsiębiorcę oferującego dany produkt czy usługę.

³ Raport „Fałszowane opinie w Internecie” przygotowany na podstawie badania PBS sp. z o.o. na zlecenie UOKiK, s. 5-6, źródło: https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=17411.

Podkreślić należy, że zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r., praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Jednocześnie, zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r., wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, które stosownie do art. 5 ust. 3 pkt 2 i 6 u.p.n.p.r. może w szczególności dotyczyć:

- cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem;
- rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, stwierdzić należy, że Przedsiębiorca dopuścił się niedozwolonej praktyki rynkowej z art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 i art. 5 ust. 3 pkt 2 i 6 u.p.n.p.r. polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do sytuacji gospodarczej zleceniodawców Przedsiębiorcy w tym ich renomy lub jakości świadczonych przez nich usług lub oferowanych towarów, poprzez tworzenie i zamieszczanie w Wizytówkach Google oraz w innych portalach wymienionych w sentencji niniejszej decyzji nieprawdziwych opinii i ocen na temat tych zleceniodawców lub na temat oferowanych przez nich towarów lub usług.

W niniejszej sprawie Przedsiębiorca za pośrednictwem stron <https://www.lepszeopinie.com/>, <https://kup-komentarze.pl/>, <https://kup-komentarze.com/>, <https://opinie-google.pl/> oferował usługi publikowania przy użyciu znajdujących się w jego dyspozycji kont użytkowników pozytywnych opinii i ocen na temat swoich zleceniodawców w ramach wizytówek Google Maps oraz w innych portalach wymienionych w sentencji niniejszej decyzji wskazanych przez tych zleceniodawców. Przedsiębiorca, zgodnie z raportem przekazanym jednemu z jego kontrahentów, korzystał z maili, których nazwy wskazują, iż zostały wygenerowane sztucznie na potrzeby świadczenia ww. usług. Ten sam raport wskazuje także, że wszystkie publikowane opinie miały pozytywny charakter. Treść publikowanych opinii była przy tym generowana przez Przedsiębiorcę lub dostarczana przez zamawiających usługę. Na podstawie treści samej oferty można jednocześnie stwierdzić, że zasadą było tworzenie przez Przedsiębiorcę treści publikowanych opinii. Z poczynionych ustaleń wynika, że publikowanie zamawianych opinii miało przede wszystkim na celu uzyskanie lepszego pozycjonowania w Internecie poszczególnych zamawiających oraz przedstawienie działalności kontrahentów Przedsiębiorcy jako cieszących się dobrą opinią konsumentów.

Prezes Urzędu ustalił, że opinie i oceny publikowane przez Przedsiębiorcę w Wizytówkach Google oraz innych serwisach miały fałszywy charakter, w tym znaczeniu, że nie były one publikowane przez klientów podmiotów zlecających wykonanie zakwestionowanej usługi

(publikowane przez Przedsiębiorcę opinie pozorowały opinie rzeczywistych klientów). Ponadto zebrany materiał wskazuje, że opinie publikowane przez Przedsiębiorcę było przez niego przygotowywane lub były dostarczane przez zamawiającego usługę. Do stwierdzenia nieprawdziwego charakteru publikowanych przez Przedsiębiorcę opinii nie ma zatem znaczenia to, czy zleceniodawca Przedsiębiorcy był podmiotem rzeczywistym oraz rzetelnym, a jakość jego usług w praktyce odpowiadała publikowanym przez Przedsiębiorcę ocenom.

W ocenie Prezesa Urzędu, opisana praktyka mogła mieć wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące umowy. Wyżej opisane działania Przedsiębiorcy mogły bowiem wpłynąć na zachowanie przeciętnych konsumentów, którzy rozważając zakup towarów lub usług oferowanych przez kontrahentów Przedsiębiorcy, byli wprowadzani w błąd co do rzeczywistej renomy danego przedsiębiorcy, czy też jakości jego towarów lub usług. Co znamienne, Przedsiębiorca doskonale zdawał sobie z tego sprawę. Na swoich stronach internetowych prezentując swoją ofertę wskazywał bowiem, że zwiększenie liczby (pozytywnych) opinii na stronie wpływa na zainteresowanie konsumentów, a także zwiększa sprzedaż.

Podkreślić należy, że dla stwierdzenia stosowania zakwestionowanej niniejszą decyzją praktyki nie ma znaczenia fakt, że Google czy inne serwisy moderowało wystawiane przez niego opinie i tym samym nie wszystkie z nich były ostatecznie widoczne. Istotne natomiast jest, że Przedsiębiorca oferował usługę publikowania (pozytywnych) opinii i w praktyce usługę tę wykonywał, a opublikowane opinie były choćby czasowo dostępne dla innych użytkowników Internetu. Zaznaczyć przy tym należy, że stosowanie praktyki znajduje potwierdzenie nie tylko w składanych Przedsiębiorcy zleceniach, korespondencji Przedsiębiorcy z kontrahentami, ale przede wszystkim w raportach z wykonanej usługi.

Nie ma również znaczenia fakt, że swą ofertę kierował do innych przedsiębiorców, a nie bezpośrednio do konsumentów. Zwrócić bowiem należy uwagę, że odbiorcami publikowanych przez Przedsiębiorcę opinii, byli także konsumenci. Przy ocenie działań Przedsiębiorcy nie należy przy tym zapominać, że doskonale zdawał on sobie sprawę z faktu, że publikowanie nieprawdziwych opinii jest praktyką zwalczaną przez portale pozwalające na publikowanie opinii. W ofertach swoich usług Przedsiębiorca zamieszczał opisy tych usług, które wskazywały, że jego sposób działania pozwala na ominięcie zabezpieczeń tychże portali i taką ich treść, która na konsumentach je czytających wywrze wrażenie autentycznych opinii klientów danego przedsiębiorcy. Przedsiębiorca zapewniał także w swoich ofertach o poufności umów zawartych z kontrahentami. Z tego można wywodzić, że wykonując omawianą usługę, Przedsiębiorca jednocześnie doskonalił swoje metody działania w celu omijania zabezpieczeń używanych przez określone portale, w celu zapewnienia pełnej skuteczności podejmowanych bezprawnych działań. Przedsiębiorca również doskonale zdawał sobie sprawę z faktu, że jego działania będą miały wpływ na postrzeganie poszczególnych zleceniodawców w oczach konsumentów.

W tym miejscu zwrócić należy uwagę, że konsument nie mógł się w łatwy sposób zorientować, że opinie wystawiane przez Przedsiębiorcę są nieprawdziwe. Wystawiane przez Przedsiębiorcę opinie miały bowiem treść sugerującą ich wystawienie przez rzeczywistych klientów zleceniodawcy lub firmy współpracujące z danym zleceniodawcą.

W ocenie Prezesa Urzędu, renoma i prestiż przedsiębiorców powinny opierać się na prawdziwych informacjach i kształtować w ramach uczciwej gry rynkowej. Konsekwencją skorzystania z usług Przedsiębiorcy było natomiast zakłócenie powyższych zasad, bowiem

kontrahenci Przedsiębiorcy zyskiwali renomę na skutek fikcyjnych opinii. Opinie, komentarze, recenzje oraz oceny publikowane przez Przedsiębiorcę mogły wywoływać u konsumentów błędne wrażenie, że są one opiniami osób, które skorzystały z usługi danego przedsiębiorcy lub nabyły oferowany przez niego towar i następnie, w sposób indywidualny, dokonały oceny przedsiębiorcy, towaru czy usługi. Co istotne, nieprawdziwe pozytywne opinie w sposób oczywisty sztucznie zawyżały oceny i rankingi kontrahentów Przedsiębiorcy, a tym samym wprowadzały potencjalnych kupujących w błąd i mogły skłaniać ich do podjęcia decyzji zakupowych, które nie są oparte na uczciwych kryteriach i których konsumenci mogliby nie podjąć, gdyby wiedzieli, że ww. opinie są nieprawdziwe. Wystawiane przez Przedsiębiorcę opinie miały również wpływ na pozycjonowanie poszczególnych kontrahentów Przedsiębiorcy w Internecie, tym samym informacje o tych kontrahentach mogły pojawiać się wyżej w wynikach wyszukiwania, np. przeglądarki Google, i dotrzeć do szerszego kręgu odbiorców, co Przedsiębiorca sam podkreślał.

Na marginesie można też zaznaczyć, że przez zakwestionowane działanie Przedsiębiorcy tracą również przedsiębiorcy, którzy w sposób zgodny z prawem zbierają komentarze oraz oceny i nie kształtują sztucznie swojej pozycji rynkowej.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt I sentencji decyzji należy uznać za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 2 pkt 1 i art. 5 ust. 3 pkt 2 i 6 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

2. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

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

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również stricte ekonomicznych interesów

konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorcy dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których kontrahenci Przedsiębiorcy kierowali bądź kierują swoją ofertę. Stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka nie dotyczy zindywidualizowanego kręgu osób. Na praktykę Przedsiębiorcy był bowiem narażony każdy konsument, który szukając w Internecie informacji o określonych sprzedawcach lub usługodawcach, przed podjęciem decyzji zakupowej, zapoznał się z fikcyjnymi opiniami i ocenami wystawionymi przez Przedsiębiorcę. Działanie Przedsiębiorcy nie dotyczy zatem interesów poszczególnych osób, lecz naruszenia uprawnień szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy ww. konsumentów.

Zaznaczyć należy, że zarzucona Przedsiębiorcy praktyka wprowadzająca w błąd, naruszała bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka ograniczała bowiem konsumentom możliwość podjęcia decyzji o dokonaniu zakupu towaru lub usługi kontrahenta Przedsiębiorcy przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny. Konsumenci pozbawieni możliwości dokonania w pełni świadomego wyboru towaru lub usługi, byli narażeni na stres i uciążliwości, w sytuacji, gdy zakupiony towar lub usługa okazały się nie mieć cech, których konsumenci spodziewali się po zapoznaniu się z fikcyjnymi opiniami, w szczególności w sytuacji, gdy towar lub usługa były wadliwe. Zwrócić również należy uwagę, że konsumenci pod wpływem zamieszczanych przez Przedsiębiorcę fikcyjnych opinii mogli podejmować decyzje o zakupie określonych towarów lub o skorzystaniu z określonych usług i tym samym praktyka Przedsiębiorcy godziła bezpośrednio w ich interesy ekonomiczne. W przypadku ewentualnej wadliwości produktów lub usług kontrahenta Przedsiębiorcy, konsumenci mogą zdecydować się także na złożenie reklamacji i dochodzeniu swoich praw, na co muszą poświęcić swój wolny czas (naruszenie interesu pozaekonomicznego). Nie ma zatem wątpliwości, że działania Przedsiębiorcy naruszały zbiorowe interesy konsumentów.

Mając powyższe na względzie, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w sentencji niniejszej decyzji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Mając na względzie zaprzestanie przez Przedsiębiorcę oferowania zakwestionowanej usługi, Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki z dniem 30 maja 2022 r.

Uwzględniając powyższe, na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, orzeczono jak w pkt I sentencji.

3. Kara nakładana na Przedsiębiorcę

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby

nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 u.o.k.k. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się jako sumę udokumentowanych przychodów uzyskanych w roku obrotowym w szczególności ze sprzedaży produktów, towarów lub materiałów, przychodów finansowych oraz przychodów z działalności realizowanej na podstawie statutu lub innego dokumentu określającego zakres działalności przedsiębiorcy, a także wartości uzyskanych przez przedsiębiorcę dotacji przedmiotowych - w przypadku braku dokumentów, o których mowa w pkt 1 i 2.

Art. 106 ust. 5 u.o.k.k. stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z materiałów zgromadzonych w toku postępowania wynika, że Przedsiębiorca w latach 2021-2023 uzyskał obrót na poziomie odpowiednio [informacja prawnie chroniona] zł, [informacja prawnie chroniona] zł i [informacja prawnie chroniona] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 29 grudnia 2023 r., tj. 4,3480 zł, stanowi po zaokrągleniu kwoty odpowiednio [informacja prawnie chroniona] euro, [informacja prawnie chroniona] euro oraz [informacja prawnie chroniona] euro (stosownie do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Z powyższych danych wynika, że w ostatnich 3 latach poprzedzających wydanie decyzji Przedsiębiorca uzyskał średni obrót na poziomie [informacja prawnie chroniona] zł ([informacja prawnie chroniona] euro). Uzasadnia to zastosowanie przy nałożeniu na Przedsiębiorcę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 u.o.k.k., przy uwzględnieniu ograniczenia przewidzianego w ust. 6 tego przepisu. Zgodnie z tym przepisem Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 u.o.k.k., ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconej Przedsiębiorcy praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz znaczny zasięg terytorialny naruszeń, Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na Przedsiębiorcę kary pieniężnej za jej stosowanie.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 u.o.k.k. te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności

naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.).

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

Przy nakładaniu kary Prezes Urzędu uwzględnił, że zarzucona Przedsiębiorcy praktyka miała charakter umyślny.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca oferował oraz wystawiał na rzecz swoich kontrahentów fikcyjne opinie w ramach Wizytówek Google oraz innych portali. Wystawiał te opinie w pełni świadomie, zdając sobie sprawę z ich nieprawdziwego charakteru. Przedsiębiorca zdawał sobie jednocześnie sprawę, że tego rodzaju działanie sprzyja lepszemu pozycjonowaniu kontrahentów w Internecie.

Przypomnieć w tym miejscu należy, że opisach swoich usług Przedsiębiorca wielokrotnie wskazywał, że stara się zapewnić, aby wykonywane przez niego usługi nie były wykrywane przez operatorów portali umożliwiających publikowanie opinii, a także gwarantował, że zawarta z nim umowa ma charakter poufny. Nie może zatem ulegać wątpliwości, że zakwestionowana praktyka Przedsiębiorcy była przemyślana i nakierowana na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów dla kontrahentów Przedsiębiorcy (jak najlepsze ich pozycjonowanie w Internecie).

Stwierdzona umyślność dodatkowo przemawia za zasadnością nałożenia kary pieniężnej na Przedsiębiorcę. Równocześnie, stanowi ona okoliczność obciążającą, która zostanie uwzględniona na etapie miarkowania nakładanej na Przedsiębiorcę kary.

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

Przypisana Przedsiębiorcy praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na wprowadzaniu konsumentów (klientów kontrahentów Przedsiębiorcy) w błąd co do renomy klientów Przedsiębiorcy oraz jakości świadczonych przez nich usług lub oferowanych towarów. Praktyka ta ujawnia się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie Przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do zapoznania się i skorzystania z oferty jego kontrahentów.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zakwestionowaną praktykę uznać należy za wysoce szkodliwą. Godzi ona bowiem w sposób rażący w prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Co istotne, wykreowane przez Przedsiębiorcę nieprawdziwe wyobrażenie o renomie jego kontrahentów oraz oferowanych przez nich towarów i usług, mogło mieć bezpośrednie przełożenie na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące zawarcia kontraktu z danym przedsiębiorcą (kontrahentem Przedsiębiorcy). W konsekwencji, praktyka Przedsiębiorcy mogła godzić również w interesy ekonomiczne konsumentów. W tym zakresie nie można zgodzić się ze stanowiskiem, że skutki zakwestionowanej praktyki były niewielkie. Przyjmując, że w pierwszej połowie 2021 r. Przedsiębiorca świadczył tę usługę [informacja prawnie chroniona] razy, poprzez swoje działania mógł zamieścić w sieci Internet [informacja prawnie chroniona] lub [informacja prawnie chroniona] nieprawdziwych opinii (Przedsiębiorca oferował pakiety po 1, 5, 10, 20, 50, 75, 100, 200, 500 lub 1000 opinii).

Ważąc kwotę kary, Prezes Urzędu uwzględnił także okres stosowania praktyki przez Przedsiębiorcę. Na podstawie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego można stwierdzić, że zakwestionowana praktyka była przez Przedsiębiorcę stosowana co najmniej od listopada 2020 roku, kiedy to w ramach serwisu <https://kup-komentarze.pl/> Przedsiębiorcy pojawiła się możliwość dokonywania zakupu świadczonych przez niego usług. Mając na względzie, że Przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki w 30 maja 2022 r., uznać zatem można, że miała ona charakter długotrwały.

Za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał zaniechanie praktyki z końcem maja 2022 r. (tj. przed wszczęciem wobec Spółki postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów). Natomiast za okoliczności obciążające Prezes Urzędu uznał opisaną wyżej umyślność stwierdzonego naruszenia oraz znaczny zasięg terytorialny zakazanej praktyki. W tym miejscu zwrócić należy uwagę, że Spółka świadczyła usługi za pośrednictwem sieci Internet, a z wystawionymi przez nią fikcyjnymi opiniami potencjalnie może zapoznać się każdy jego użytkownik. Zasięg terytorialny naruszenia w okolicznościach niniejszej sprawy dotyczy zatem całego kraju.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu, zdecydował się nałożyć na Spółkę karę pieniężną w kwocie 35.000,00 zł, odpowiadającej kwocie 8.049,68 euro (przy uwzględnieniu, stosownie do art. 5 u.o.k.k., średniego kursu euro ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 29 grudnia 2023 r., tj. 4,3480 zł), stanowiącej 80,5% maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara ta pełni przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto jej walor wychowawczy, odstraszający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji decyzji.

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

4. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r., poz. 572 - dalej: k.p.a.), z zastrzeżeniem art. 84 u.o.k.k. Stosownie do 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. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 k.p.a., do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia korespondencji w sprawie, w wysokości 44,40 zł.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

5. Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 u.o.k.k. w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2024 r., poz. 959 - dalej: Kpc) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt III sentencji niniejszej decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.k. w związku z 479³² § 1 i § 2 Kpc, Przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2023 r., poz. 1144 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł.

Z kolei, zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 102 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zwolnienia od kosztów sądowych może się domagać osoba fizyczna, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ich ponieść bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny lub ich poniesienie narazi ją na taki uszczerbek. Do wniosku o zwolnienie od kosztów sądowych powinno być dołączone oświadczenie obejmujące szczegółowe dane o stanie rodzinnym, majątku, dochodach i źródłach utrzymania osoby ubiegającej się o zwolnienie od kosztów.

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

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 2 i § 4 Kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny.

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

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