



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

Lublin, dnia 8 listopada 2023 r.

RLU.610.1.2022.MW

p.o.

**DECYZJA NR RLU 4/2023**  
**(wersja jawna)**  
informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie, polegającą na przekazywaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabyciu lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, co stanowi informację wprowadzającą konsumentów w błąd co do wysokości stopy zysku - zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją określoną w umowie, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 30 października 2017 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845 t.j.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689) i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 sierpnia 2019 r.

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, poprzez:

1. skierowanie za pomocą listu zwykłego lub wiadomości e-mail (w przypadkach dysponowania adresami e-mail konsumentów), w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji do wszystkich konsumentów, którzy do dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, zawarli z Przedsiębiorstwem Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie „Umowę rezerwacyjną” i/lub „Umowę o nabycie lokalu użytkowego” w inwestycji realizowanej pod nazwą „Aparthotel Termy Uniejów”, oświadczenia o treści:

*„Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie informuje, że Prezes UOKiK wydał decyzję nr RLU 4/2023 z dnia 8 listopada 2023 r. stwierdzającą stosowanie przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na przekazywaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów” nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, co stanowi informację wprowadzającą konsumentów w błąd, co do wysokości stopy zysku - zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją określoną w umowie i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 sierpnia 2019 r.*

*Jednocześnie informujemy, iż 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. Konsumenty mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.*

*Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr RLU 4/2023 r. z dnia 8 listopada 2023 r. znajduje się na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl/decyzje](http://www.uokik.gov.pl/decyzje).”*

Powyższe informacje zostaną przekazane z uwzględnieniem następujących zasad:

- dla listu zwykłego:
  - treść zostanie sformułowana czarną czcionką rodzaju Times New Roman w rozmiarze nie mniejszym niż 11 na białym tle oraz wyjustowana;
  - nadanie listu nastąpi na ostatni znany Przedsiębiorstwu Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie adres korespondencyjny konsumenta;
- dla wiadomości e-mail (w przypadku dysponowania adresem e-mail konsumenta):
  - treść zostanie sformułowana czarną czcionką rodzaju Times New Roman w rozmiarze nie mniejszym niż 11 na białym tle oraz wyjustowana;
  - wysłanie wiadomości e-mail nastąpi na ostatni znany Przedsiębiorstwu Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie adres e-mail konsumenta;



2. opublikowanie na stronie internetowej Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie, pod adresem aktualnym na dzień wydania decyzji: <https://www.aparthotel-termyuniejow.pl/>, na jego koszt, oświadczenia o następującej treści:

*„Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie informuje, że Prezes UOKiK wydał decyzję nr RLU 4/2023 z dnia 8 listopada 2023 r. stwierdzającą stosowanie przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na przekazywaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów” nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, co stanowi informację wprowadzającą konsumentów w błąd, co do wysokości stopy zysku - zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją określoną w umowie i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 sierpnia 2019 r.*

*Jednocześnie informujemy, iż 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. Konsumentów mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie. Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr RLU 4/2023 r. z dnia 8 listopada 2023 r., znajduje się na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).”*

Powyższe oświadczenie zostanie złożone z uwzględnieniem następujących zasad:

- oświadczenie będzie utrzymywane w górnej części strony internetowej <https://www.aparthotel-termyuniejow.pl> przez okres co najmniej 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się Decyzji,
- komunikat ma być widoczny przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie, chyba że zostanie ręcznie zamknięty przez użytkownika (komunikat nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- publikacja oświadczenia nastąpi w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji,
- oświadczenie w ostatnim zdaniu zawierać będzie link (hipertączę) o brzmieniu „Decyzja Prezesa UOKiK nr RLU 4/2023 r.” przekierowujące po kliknięciu do wersji jawnej Decyzji opublikowanej na stronie internetowej Prezesa UOKiK dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl),
- w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej Spółki funkcjonującej w czasie zamieszczenia oświadczenia przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie,
- cechy oświadczenia:



- czcionka: lato light,
- kolor czcionki: czarny (kod szesnastkowy RGB #000000) na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff),
- rozmiar czcionki: 13,
- w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 1150 px x 350 px,
- tekst komunikatu rozpoczynający się od górnej granicy ramki,
- interlinia maksymalnie 1,15,
- ramka widoczna od razu na ekranie po wejściu na stronę <https://www.aparthotel-termyuniejow.pl>,
- adres strony internetowej UOKiK z opublikowaną treścią decyzji w formie hiperlinka przekierowującego na stronę UOKiK z właściwą decyzją.

3. Opublikowanie w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej Decyzji, na publicznie dostępnym profilu Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie w serwisie Facebook, aktualnie pod adresem <https://www.facebook.com/AparthotelTermyUniejow/> na jego koszt, komunikatu o treści:

*„Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie informuje, że Prezes UOKiK wydał decyzję nr RLU 4/2023 z dnia 8 listopada 2023 r. stwierdzającą stosowanie przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na przekazywaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów” nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, co stanowi informację wprowadzającą konsumentów w błąd, co do wysokości stopy zysku - zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją określoną w umowie i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 sierpnia 2019 r.*

*Jednocześnie informujemy, iż prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter pre Judykatu w postępowaniu sądowym. Oznacza to, że ustalenia Prezesa Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Konsumenti mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.*

*Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr RLU 4/2023 r. z dnia 8 listopada 2023 r., znajduje się na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).”*

Komunikat ten będzie spełniał następujące wymagania:

- będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnym profilu Spółki przez okres co najmniej 3 miesięcy od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,
- zostanie zamieszczony w serwisie Facebook w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst Komunikatu został umieszczony



w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),

- Komunikat zostanie zamieszczony tak, by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,
- wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Facebook,
- w przypadku zmiany profilu Przedsiębiorcy do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook prowadzonym przez Spółkę,
- w przypadku zmiany nazwy Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej,
- Komunikat zostanie opatrzony znacznikami internetowymi w formie poniższych hashtagów: #aparthoteltermyuniejow, #UOKiK, #decyzjaUOKiK.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689) w związku z art. 13 ustawy z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 852), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** nakłada na Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, karę pieniężną w wysokości 80 166 zł (słownie: osiemdziesiąt tysięcy sto sześćdziesiąt sześć złotych), płatną do budżetu państwa.

IV. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 775) w związku z art. 83 oraz w związku z art. 105 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** umarza postępowanie prowadzone wobec Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie w sprawie o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, w związku z zarzutem określania w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, ceny sprzedaży lokalu, jako ceny netto, co może naruszać art. 8 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287), poprzez naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co może godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to, może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689).

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 w zw. z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** obciąża Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie kosztami opisanego w punkcie I sentencji postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy





konsumentów w kwocie 53,00 zł (słownie: pięćdziesiąt trzy złote) i zobowiązuje Spółkę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## UZASADNIENIE

(1) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes UOKiK” lub „Prezes Urzędu”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. akt RLU.405.7.2019.MS.MW) mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz ustalenie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach w związku z usługami oferowanymi konsumentom przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie (dalej jako: „Spółka” lub „Termy Uniejów”).

Dowód: karty akt nr 67-1402

(2) Przeprowadzone postępowanie wyjaśniające pozwoliło Prezesowi UOKiK stwierdzić, że Spółka mogła stosować praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz mogła stosować we wzorcach umów postanowienia niedozwolone w rozumieniu art. 385<sup>1</sup> § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2023, poz. 1610 t,j, - dalej jako: kc).

(3) Mając powyższe na uwadze, Postanowieniem nr RLU-30/2022 z dnia 11 maja 2022 r. Prezes UOKiK wszczął z urzędu wobec Spółki, postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. przekazywaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna” i „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, a zatem informacji o wysokości stopy zysku zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją, określonych w umowie, co może wprowadzać konsumentów w błąd, co do korzyści związanych z produktem i tym samym wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 30 października 2017 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070)<sup>1</sup> oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275)<sup>2</sup>;

2. określaniu w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, ceny sprzedaży lokalu, jako ceny netto, co może naruszać art. 8 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287), poprzez naruszenie obowiązku udzielania

<sup>1</sup> aktualnie Dz.U. z 2023 poz. 845 t.j.

<sup>2</sup> aktualnie Dz.U. z 2023 r. poz. 1689



konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275)<sup>3</sup>.

Dowód: karta akt nr 1-37

(4) Ponadto Postanowieniem nr 28 z dnia 11 maja 2022 r. wszczęto z urzędu wobec Spółki postępowanie administracyjne o sygn. akt RLU.611.1.2022.MW, zarzucając Spółce, stosowanie niedozwolonych postanowień umownych, co może stanowić naruszenie art. 23a ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2021 r. poz. 275, dalej jako: ustawy okik)<sup>4</sup>.

(5) Prezes Urzędu w dniu 11 maja 2022 r. przestał Spółce zawiadomienie o zaliczeniu Postanowieniem RLU Nr 31/2022 z dnia 11 maja 2022 r., w poczet dowodów w niniejszej sprawie wymienionych w treści postanowienia dokumentów uzyskanych przez Prezesa Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego RLU.405.7.2019.MS.MW. Postanowienie to zostało sprostowane Postanowieniem nr 41/2023 z dnia 29 sierpnia 2023 r.

Dowód: karta akt nr 38-39, 1553- 1556

(6) Postanowieniem RLU Nr 32/2022 z dnia 11 maja 2022 r. Prezes Urzędu na wniosek Spółki ograniczył prawo wglądu do materiału dowodowego w postępowaniu RLU.610.1.2022.MW prowadzonym w związku z podejrzeniem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w zakresie załączników do pisma Spółki z dnia 24 czerwca 2019 r. w postaci „Założeń Finansowych” oraz „Biznesplanu”.

Dowód: karta akt nr 40-43

(7) Spółka złożyła wnioski o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów z zeznań strony - Prezesa Zarządu Spółki oraz zeznań świadka - pracownika Spółki, a nadto dowodu z dokumentu, tj. z Założeń finansowych, Biznesplanu oraz dokumentów w postaci korespondencji mailowej z dnia 31 lipca 2017 r., 21 sierpnia 2017 r., 18 lutego 2019 r.

Dowód: karta akt nr 1404- 1407, 1426-1428

(8) Prezes Urzędu, Postanowieniem Nr RLU 52/2022 z dnia 24 sierpnia 2022 r., postanowił o pominięciu dowodu z przesłuchania w charakterze strony Prezesa Zarządu Spółki oraz przesłuchania w charakterze świadka pracownika Spółki oraz przekazał Spółce przedmiotowe Postanowienie wraz z uzasadnieniem.

Dowód: karta akt nr 1438-1443

(9) Spółka w ustosunkowaniu się do zarzutu przekazywania nieprawdziwej informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. stopy zysku na poziomie 7% lub 7,5%, wyjaśniła, że nie zgadza się z postawionym zarzutem. Wyjaśniła, że przekazywała potencjalnym nabywcom dokumenty dotyczące deklarowanej stopy zwrotu z inwestycji w treści e-maili kierowanych do potencjalnych nabywców lub w wersji papierowej podczas spotkań w biurze sprzedaży tj. „Założenia finansowe”, „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7% zwrotu z inwestycji” oraz „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7,5% zwrotu z inwestycji”.

---

<sup>3</sup> J.w.

<sup>4</sup> J.w.



Dowód: pismo Spółki z 26 maja 2022 r. karta akt nr 1404-1407, pismo z dnia 15 grudnia 2022 r. karta akt nr 1465-1467, pismo Spółki z 31 sierpnia 2023r. karta akt 1558-1562

(10) W dokumencie „Założenia finansowe” Spółka wykazywała założenia i wyliczenia, na podstawie których ustalała wartość przyszłych korzyści finansowych. Spółka wyjaśniła, iż wszelkie analizy finansowe, w tym analiza inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” były dokonywane w kwotach netto, co jest regułą, ponieważ istnieje prawna możliwość odzyskania zapłaconego w cenie brutto podatku VAT, w tym także dla konsumentów. We wszystkich reklamach informacja o stopie zwrotu przedstawiana była w taki sam sposób, tj. jako 7,5% (bez wskazywania, że chodzi o cenę netto) jako pewnego rodzaju slogan reklamowy. Zamieszczone tam było jednak odniesienie do strony internetowej, a także podane kontakty telefoniczne, pod którymi wszyscy zainteresowani mogli pozyskać informacje, że stopa zwrotu dotyczy kwot netto. Organizowano także spotkania w biurze sprzedaży Spółki z zainteresowanymi nabyciem lokali, gdzie także padała taka informacja. Pisma „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7% zwrotu z inwestycji” oraz „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7,5% zwrotu z inwestycji” stanowiły również załącznik do informacji mailowych przekazywanych potencjalnym nabywcom, a także były załączane do materiałów przekazywanych w wersji papierowej. Każdy potencjalny nabywca miał dostęp do wyżej wymienionych dokumentów, najpóźniej w chwili spotkania w biurze sprzedaży. Z łącznej liczby [xxx] nabywców - konsumentów do [xxx] przekazano ww. informacje w formie e-maili. Pozostali otrzymali je z chwilą wizyty w biurze sprzedaży w formie papierowej, co dotyczy również potencjalnych nabywców, o ile doszło do spotkania z nimi w biurze sprzedaży. Ponadto każdy zainteresowany kupnem lokalu otrzymywał draft (projekt umowy), w treści którego w § 1 pkt 4 zamieszczona była informacja, że kwota zwrotu jest wypłacana od wartości netto.

Dowód: pismo Spółki z 26 maja 2022r. karta akt nr 1404-1407, pismo Spółki z 24 czerwca 2022r., karta akt nr 1426-1428

(11) Pismem z dnia 27 lipca 2022 r. Spółka wskazała, iż w imię wsparcia nabywców lokali wnosi o skorzystanie z możliwości wydania wobec niej decyzji zobowiązaniowej na podstawie art. 28 ustawy okik oraz przedstawiła treść swojego zobowiązania mającego na celu podjęcie działań zmierzających do zapobieżenia wskazanym naruszeniom w przyszłości oraz do usunięcia skutków opisanych naruszeń, które to zobowiązanie uzupełniła pismem z dnia 18 października 2022 r. i 28 października 2022 r.

(12) Spółka złożyła zobowiązanie dotyczące:

a) opublikowania, na swój koszt, na stronie internetowej <https://www.termyunijow.pl> na podstronie <https://www.termyunijow.pl/noclegi.aparthotel> oświadczenia o treści:

„Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie (dalej: Spółka) uprzejmie informuje, że Prezes UOKiK w Decyzji z dnia xx nr xx uprawdopodobnił, że informacja przekazywana konsumentom w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów: „Umowy Rezerwacyjnej” oraz „Umowy o nabycie Lokalu Użytkowego” dotyczących inwestycji o nazwie „Aparthotel Termy Uniejów” o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji według wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy obciążających nabywców, mogła wprowadzać konsumentów w błąd, co do wysokości stopu zysku, zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją, co





może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, a zatem naruszać zbiorowe interesy konsumentów. W toku postępowania Spółka deklarując wolę przestrzegania przepisów z zakresu ochrony konsumentów wniosła o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy oik i zobowiązała się do podjęcia działań zmierzających do usunięcia trwających skutków naruszenia i przyznania konsumentom, którzy nabyli lokal użytkowy w toku jej trwania przysporzenia konsumenckiego w postaci jednorazowego pakietu „EXTRA dla właścicieli lokali w Aparthotelu Termy Uniejów” (na każdy lokal użytkowy) o wartości 500 zł, możliwego do wykorzystania przez okres 12 miesięcy, uprawniającego do dwóch noclegów dla 2 osób ze śniadaniem i 5 godzinnymi biletami wstępu do kompleksu basenowego „Termy Uniejów” wraz z saunami dla 2 osób. Zobowiązanie obejmuje zarówno tych właścicieli, którzy nabyli lokal użytkowy i nadal są ich właścicielami, jak również tych, którzy zbyli lokal użytkowy przed uprawomocnieniem się decyzji. Szczegóły dotyczące powyższego zobowiązania, jego zakresu oraz sposobu i terminu otrzymania przysporzenia konsumenckiego określono w ww. Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr xx. z dnia xx, znajduje się na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).”

b) przyznania przysporzenia konsumenckiego o treści opisanej w ww. oświadczeniu oraz powiadomienia konsumentów o treści przysporzenia w indywidualnej korespondencji przesyłanej na adresy pocztowe lub e-mailowe konsumentów;

c) wprowadzenia zmian w modelu marketingowym sprzedaży lokali użytkowych z możliwością osiągnięcia korzyści z zainwestowania środków pieniężnych w nabycie takich lokali w ramach każdorazowo realizowanych przez Spółkę w przyszłości inwestycji w taki sposób, że:

- Spółka zobowiązuje się na przyszłość zaniechać praktyk uprawdopodobnionych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Decyzji RLU. nr xx z dnia xx i dołożyć szczególnej staranności w zakresie udzielania konsumentom informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji tj. wartości wyliczonej w oparciu o faktyczną cenę nabycia lokalu,

- Spółka zobowiązuje się, że informacje zamieszczane we wszystkich wzorcach umów wykorzystywanych w procesie oferowania lokali użytkowych do sprzedaży oraz we wszystkich typach umów zawieranych w procesie sprzedaży i najmu, a także w treści materiałów reklamowych wykorzystywanych w związku z oferowaniem sprzedaży lokali użytkowych, o ile rodzaj i rozmiar materiałów reklamowych będzie na to pozwalał, a także na trwałych nośnikach przekazywanych konsumentom na etapie pierwszej umowy w procesie sprzedaży i wynajęcia lokalu użytkowego, będzie zawierać co najmniej następujące klauzule:

„W przypadku zawarcia umowy najmu, na mocy której nabywca odda w najem lokal użytkowy, o którym mowa w § ... Umowy, nabywca lokalu użytkowego otrzymywać będzie rocznie ... % zysku, od wartości brutto nabycia lokalu” ilekroć Spółka będzie gwarantować zysk lub informować o przewidywanym zysku”.

Dowód: pismo Spółki z dnia 27 lipca 2022r. nr 1431-1433, 18 października 2022r. nr 1448-1452, z dnia 28 października 2022r. nr 1453-1458,

(13) Prezes UOKiK nie przyjął zobowiązania Spółki.

(14) Prezes UOKiK pismem z dnia 26 stycznia 2023 r. wezwał Spółkę do przedstawienia informacji o obrocie Spółki za rok 2022r.



Dowód: karta akt 1468- 1470

(15) Postanowieniem nr 41/2023 z dnia 29 sierpnia 2023 r. Prezes UOKiK sprostował Postanowienie RLU nr 31/2022 z dnia 12 maja 2022r. w zakresie dokumentów zebranych w postępowaniu wyjaśniającym zaliczonym w poczet materiału dowodowego sprawy o stosowanie niedozwolonych postanowień wzorców umowy.

Dowód: karta akt 1553 -1558

(16) Po złożeniu przez Spółkę informacji o wysokości obrotu za rok 2022 r. Prezes UOKiK ponownie zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Spółka skorzystała z tego uprawnienia.

Dowód: karta akt 1549 -1550 i 1557

(17) W stanowisku końcowym zamieszczonym w piśmie z dnia 31 sierpnia 2023 r. Spółka podtrzymała swoje stanowisko, iż nie podziela oceny Prezesa UOKiK, co do naruszenia swoimi działaniami zbiorowych interesów konsumentów w sposób wymieniony w treści sentencji Postanowienia o wszczęciu postępowania oraz przedstawiła swoją argumentację.

Dowód: karta akt 1558-1562

(18) Prezes UOKiK Postanowieniem nr 49/2023 z dnia 26 września 2023 r. postanowił sprostować oczywistą omyłkę pisarską zawartą w Postanowieniu Nr RLU 30/2022 z dnia 11 maja 2022 r. o wszczęciu postępowania w sprawie o naruszenie przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” Sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie zbiorowych interesów konsumentów, w ten sposób, że w punkcie 1 sentencji ww. Postanowienia na stronie pierwszej zamiast słów: „bez kosztów zawarcia umowy najmu obciążających nabywców” powinno być „bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców” oraz powiadomił stronę o ponownym otwarciu postępowania dowodowego.

Dowód: karta akt 1563-1567

(19) Prezes UOKiK ponownie poinformował stronę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w sprawie pismem z dnia 16 października 2023 r. i możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Spółka z tego uprawnienia nie skorzystała.

Dowód: karta akt 1568

#### **Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:**

(20) Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie jest spółką komunalną (jej udziałowcami są Gmina i Miasto Uniejów) oraz prowadzi działalność gospodarczą ograniczoną do terenu Miasta i Gminy Uniejów, polegającą na świadczeniu usług komunalnych, między innymi na organizacji i wykonywaniu robót budowlanych. Spółka została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: „KRS”) w dniu 12 lutego 2002 r. pod nr KRS 0000080411.

Dowód: wydruk z systemu KRS, karta akt nr 1541- 1548

(21) Spółka odpowiedzialna była za realizację rozpoczętej w 2017 r. inwestycji pod nazwą „Aparthotel Termy Uniejów” dotyczącej budowy obiektu hotelowego typu apartotel wraz



z infrastrukturą towarzyszącą z przeznaczeniem na świadczenie usług hotelarskich jako uzupełnienie kompleksu termalno-basenowego. Spółka oferowała nabywcom, w tym konsumentom, nabycie lokali użytkowych wraz z udziałem w częściach wspólnych lub też nabycie wyodrębnionej własności lokalu użytkowego „apartamentu hotelowego” z gwarantowaną stopą zysku (tzw. czynsz minimalny) 7%-7,5% rocznie. Oznacza to, że oferowane przez Spółkę lokale nie były lokalami mieszkalnymi, lecz lokalami z przeznaczeniem inwestycyjnym. Inwestycja zlokalizowana była w Uniejowie w strefie A ochrony uzdrowiskowej i została zakończona 16 sierpnia 2019 r. wydaniem zezwolenia na użytkowanie obiektu. Wybudowano i ostatecznie sprzedano [xxx] lokale użytkowe. Spółka zawarła [xxx] umowy najmu, w tym [xxx] z konsumentami, co oznacza, że wszystkie zakupione lokale zostały nabyte z intencją inwestowania. Wszystkim nabywcom lokali wyłacono za pierwszy rok czynsz minimalny.

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 czerwca 2019 r. karta akt nr 77- 82, z dnia 16 listopada 2020r. karta akt nr 238-240.

(22) Pierwsza „Umowa rezerwacyjna” została zawarta 29 maja 2017 r., zaś ostatnia 8 grudnia 2017 r. Pierwsza „Umowa o nabycie lokalu użytkowego” została podpisana 19 grudnia 2017 r., zaś ostatnia 1 sierpnia 2019 r. Spółka zawarła [xxx] „Umowy Rezerwacyjne” i [xxx] „Umowy o nabycie lokalu użytkowego”. W dacie wydania niniejszej Decyzji żadna z ww. umów nie funkcjonuje już w obrocie prawnym, ponieważ Spółka ze wszystkimi nabywcami lokali zawarła umowy ostateczne „Akt notarialny - Umowa ustanowienia odrębnej własności lokalu użytkowego i sprzedaży”.

Dowód: pismo Spółki z 24 października 2022r., karta akt nr 1459

(23) Spółka od maja 2017 r. do kwietnia 2019 r. prowadziła szeroką akcję marketingową dotyczącą sprzedaży lokali w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” zlecając dystrybucję ulotek, folderów reklamowych, katalogów, billboardów, spotów telewizyjnych i radiowych, prezentacji materiałów na targach w Łodzi, Warszawie i Poznaniu a także w prasie o zasięgu lokalnym i krajowym („Gazeta Wyborcza”, „Newsweek”, „Forbes Traveler”, „Agora”, „Przegląd Koniński”, „Business Traveler Poland”, „Business Life Polska”, „Życie Kalisza”, „Tele Wizja”, „Expres Ilustrowany”, „Dziennik Łódzki”, „Nad Wartą”).

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 czerwca 2019 karta akt nr 77-83, załączniki do pisma karta akt nr 89- 128

(24) Ponadto Spółka prowadziła kampanie reklamowe zlecając zamieszczenie treści reklamowych na następujących stronach Internetowych:

[www.aparthotel-termyuniejow.pl](http://www.aparthotel-termyuniejow.pl)

[www.termyuniejow.pl](http://www.termyuniejow.pl)

[www.uniejow.pl](http://www.uniejow.pl)

[www.iturek.net.www.inwestycjewkurortach.pl](http://www.iturek.net.www.inwestycjewkurortach.pl)

<https://www.inwestycjewkurortach.pl/aktualnoscu.pierwszy-w-polsce-aparthotel-przy-termach>

<https://www.facebook.com/InwestycjewKurortach/posts/1884733781633328>

<https://lodz.wyborcza.pl/lodz/7,35136,22739585>



<https://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/lodz/termy-uniejow-buduja-hotel-dla-gosci/fq4yrrz>

<https://www.radiolodz.pl/posts/44580-ruszyla-budowa-aparthotelu-w-uniejowie>

Dowód: pismo Spółki z dnia 12 listopada 2020r. karta akt nr 238-240

(25) Z materiału dowodowego zebranego w sprawie wynika, że Spółka zleciła zamieszczenie w materiałach reklamowych informacji, iż gwarancja zysku liczona jest jako 7% lub 7,5% od wartości inwestycji, bez sprecyzowania, że gwarancja zysku liczona jest od wartości netto lokalu. Gwarancja zysku w wysokości 7,5% przewidywana była dla przypadku, gdy nabywca zrezygnował z nieodpłatnego pobytu właścicielskiego, zaś gwarancja zysku w wysokości 7% zysku rocznego przewidziana była dla przypadku 14 dniowego pobytu właścicielskiego poza sezonem.

(26) Przykładowe hasła reklamowe zamieszczone przez Spółkę w prasie były następującej treści:

- „Zainwestuj w Apartament Termalny w Uniejowie i zarabiaj

Minimalna gwarancja zysku 7,5%\*

Umowy najmu do 30 lat i tak samo długa gwarancja zysku z inwestycji

Żadnych kosztów po stronie właścicieli lokali w trakcie trwania najmu”;

\*szczegółowe informacje na stronie: [www.aparthotel-termyuniejow.pl](http://www.aparthotel-termyuniejow.pl)”

Takiej treści hasła reklamowe Spółka zamieszczała w: Tygodniku „Echo Turku”- maj 2017 r., „Życie Kalisza” - czerwiec 2017 r., „Agora” - kwiecień 2017 r., „Nasza Telewizja” - maj 2017 r., „Forbes” - lipiec 2017 r., wyborcza.pl - maj-czerwiec 2017 r., lodz.wyborcza.pl - czerwiec 2017 r., „Business Traveller Poland” - czerwiec 2017 r., „Business Life Polska” - sierpień-wrzesień 2017 r., „Forbes” - lipiec 2017 r., a ponadto w ulotkach, katalogach, billboardach, telewizji, radiu.

- „Co musisz zrobić i zasady funkcjonowania Aparthotelu:

- zakup apartamentu

- minimalna gwarancja zysku 7,5% w przypadku rezygnacji z nieodpłatnego pobytu właścicielskiego, w tym przypadku zniżka 50 % na pobyt właścicielski podczas 7 dni w roku poza sezonem albo 7% zysku rocznego gwarantowane i 14 dni pobytu właścicielskiego poza sezonem;

- jeden operator będzie zarządzał restauracją, działalnością rekreacyjną i konferencyjną jak również prowadził działalność hotelową w wynajmowanych apartamentach;

- Umowy najmu do 30 lat i tak samo długa gwarancja zysku z inwestycji;

- Żadnych kosztów po stronie właścicieli lokali w trakcie trwania najmu”

Informacje o powyższej treści zostały zamieszczone w folderach reklamowych i ulotkach reklamowych z czerwca 2017 r.:

- „(...) Właściciele zakupionych mieszkań oddadzą je w zarządzanie inwestorowi. Będą mieć przy tym zagwarantowany zysk z wynajmu na poziomie i zasadach określonych przez



inwestora. Ważny dla przyszłych właścicieli jest fakt, że na czas trwania umowy, poza zainwestowaniem w zakup lokalu, nie będą ponosić żadnych kosztów związanych z funkcjonowaniem obiektu (...). Zainwestuj w apartament termalny w Uniejowie i zarabiaj / Minimalna gwarancja zysku 7,5%\* / Umowy najmu do 30 lat i tak samo długa gwarancja zysku z inwestycji / Żadnych kosztów po stronie właścicieli lokali w trakcie trwania najmu / \*szczegółowe informacje na stronie: [www.aparthotel-termyuniejow.pl](http://www.aparthotel-termyuniejow.pl)”

Informacje o powyższej treści zostały zamieszczone w „Przeglądzie Konińskim”, 23-29 maja 2017 r. nr 21.

Dowód: karta akt nr 89-128

(27) Ponadto Spółka zawierała z potencjalnymi nabywcami lokali, w tym z konsumentami, umowy opracowane przez siebie wg jednego wzorca o nazwie: „Umowa Rezerwacyjna”, w której zamieszczono następujące postanowienie:

§ 1 D „Umowy rezerwacyjnej”: *„Spółka zakłada koncepcję inwestycji w zakresie lokali hotelowych polegającą na realizacji następujących etapów: wybudowanie i oddanie do użytku Inwestycji przez Inwestora, sprzedaż lokali hotelowych poszczególnym nabywcom, oddanie przez nich lokali w najem operatorowi (będzie to jeden podmiot będący zarówno najemcą wszystkich lokali hotelowych, jak i użytkownikiem/ dzierżawcą pozostałych części Inwestycji), który będzie z jednej strony zapewniał zintegrowane zarządzanie całością inwestycji, pozwalające na zarządzanie całością inwestycji, pozwalające na uzyskanie synergii pomiędzy działalnością jej poszczególnych części, a z drugiej strony będzie gwarantował wszystkim nabywcom (w tym Nabywcy w rozumieniu niniejszej Umowy) gwarantowany zwrot z inwestycji w zakup lokalu użytkowego, w kwocie nie niższej niż 7% rocznie przez 30 lat od dnia uzyskania pozwolenia na użytkowanie”.*

Dowód: karta akt nr 241- 249

(28) Przykładowa „Umowa rezerwacyjna” (np. Umowa Rezerwacyjna z dnia 14 sierpnia 2017 r. przekazana Prezesowi Urzędu do akt sprawy) zawierała ww. postanowienie oraz określała cenę za przedmiot rezerwacji w następujący sposób: *„Cena za przedmiot rezerwacji wynosić będzie 207 280,00 PLN netto (słownie: dwieście siedem tysięcy dwieście osiemdziesiąt złotych zero groszy netto), powiększone o podatek VAT w stawce 23% (stawka na dzień zawarcia niniejszej umowy, w przypadku zmiany obowiązującej stawki VAT na Przedmiot Umowy, zastosowanie znajdzie zmieniona stawka VAT)”.*

Dowód: karta akt nr 245-249, 1418-1421

(29) Spółka zamieściła w opracowanym przez siebie wzorcu umowy o nazwie „Umowa o nabycie lokalu użytkowego” następujące postanowienie:

*„Spółka zakłada koncepcję inwestycji w zakresie lokali hotelowych polegającą na realizacji następujących etapów, wybudowanie i oddanie do użytku Inwestycji przez Inwestora, sprzedaż lokali hotelowych poszczególnym nabywcom, oddanie przez nich lokali w najem operatorowi (będzie to jeden podmiot będący zarówno najemca wszystkich lokali hotelowych, jak i użytkownikiem/ dzierżawcą pozostałych części Inwestycji), który będzie z jednej strony zapewniał zintegrowane zarządzanie całością Inwestycji, pozwalające na uzyskanie synergii pomiędzy działalnością jej poszczególnych części, a z drugiej strony będzie gwarantował wszystkim nabywcom (w tym Nabywcy w rozumieniu niniejszej Umowy)*





gwarantowany zwrot z inwestycji w zakup lokalu użytkowego, w kwocie nie niższej niż 7,5 % rocznie przez 30 lat od dnia uzyskania pozwolenia na użytkowanie” (§ 26 Umowy).

Dowód: karta akt postępowania nr 250-259

(30) Takie same postanowienia zamieszczone były w „Umowach o nabycie lokalu użytkowego” zawieranych z nabywcami lokali użytkowych w oparciu o wzorzec umowy o takiej samej nazwie.

Dowód: karta akt nr 260- 268, 269- 278

(31) Wszyscy nabywcy lokali, którzy zawarli „Umowy o nabycie lokalu użytkowego”, następnie zawarli ze Spółką „Umowy najmu”, opracowane przez Spółkę wg jednego wzorca o nazwie „Umowa najmu”, w których w § 2 pkt 4 zamieszczono następujące postanowienie:

*„Podstawowe warunki umowy są następujące:*

*Czynsz minimalny: 7,5% rocznie od ceny zakupu Lokalu netto gwarantowany przez Najemcę Wynajmującemu (...)*”;

Dowód: karta akt nr 282- 291; 292-301

(32) Jednocześnie, gdyby konsument pod wpływem ww. informacji zamieszczonej w „Umowie Najmu” chciał zrezygnować z inwestycji, to na mocy § 8 pkt 4 „Umowy o nabycie lokalu użytkowego” byłby zobowiązany do zapłaty kary umownej na mocy zapisu, iż: *„W przypadku wypowiedzenia umowy z winy Nabywcy. Inwestor zatrzyma wpłacone dotychczas kwoty, jednakże nie więcej niż 25 % ceny sprzedaży lokalu netto, jako karę umowną za wypowiedzenie umowy z winy Nabywcy”.*

Dowód: karta akt nr 260- 268, 269- 278

(33) Prezes Urzędu przyjął wyjaśnienia Spółki i na tej podstawie ustalił, iż potencjalni nabywcy lokali, którzy nawiązali z nią przed zawarciem umowy kontakt w ten sposób, że zwracali się do Spółki o udzielenie informacji dotyczącej inwestycji, otrzymywali od Spółki różne informacje, w zależności od treści ich zapytań oraz w różnej formie tj. ustnie podczas spotkań w siedzibie Spółki, telefonicznie oraz mailowo, przykładowo o następującej treści:

- *„Witam, w nawiązaniu do naszej rozmowy telefonicznej przesyłam w załączeniu mapę inwestycji oraz poradnik podatkowy. Dodatkowo załączam wzór umowy rezerwacyjnej oraz rzuty lokali. Niżej zamieszczam wykaz wolnych lokali” (mail z 14 czerwca 2017 r.);*
- *„Zgodnie z rozmową telefoniczną przesyłam wszystkie najważniejsze informacje dotyczące inwestycji Aparthotel Termy Uniejów. Dodatkowo załączam wzory umów, rzutu lokali, ortofotomapę, przykładowe rozliczenia, na jakich opieramy sukces inwestycji. Link do strony internetowej <https://www.aparthotel-termyuniejow.pl>. Najważniejsze informacje o inwestycji:*

*Oferujemy 3 rodzaje lokali hotelowych:*

*a) pokój Standard- 25,91 m<sup>2</sup> (wartość netto - 207 280 PLN, wartość brutto 254 954,30PLN stawka vat 23 %).*

*b) pokój Studio 30,31 m<sup>2</sup> (wartość netto - 242 480 PLN, wartość brutto 298 240,40 PLN stawka vat 23 %).*

*3) Apartament -35,03 m<sup>2</sup> (wartość netto 280 240 PLN, wartość brutto 344 695,20 PLN)*



*Cena za 1 m<sup>2</sup> wynosi 8 000 PLN netto. Standard wykończenia „pod klucz”.*

*Łącznie inwestycja obejmuje 172 lokale użytkowe.*

*Spółka zobowiązała się do zapłaty gwarantowanego zysku przez cały okres obowiązywania umowy niezależnie od przychodów osiągniętych z działalności Aparthotelu.*

*Gwarantowana stopa zysku (tak zwany czynsz minimalny) wynosi 7,5 % rocznie w przypadku 7 - dniowego pobytu właścicielskiego z 50% zniżką lub 7 % rocznie w przypadku 14 dniowego nieodpłatnego pobytu właścicielskiego. Stopa zysku jest liczona od wartości zakupionego lokalu hotelowego. Na stopę zwrotu i inne warunki finansowe inwestycji nie ma wpływu ani wybór lokalu z 3 oferowanych kategorii ani jego lokalizacja w obrębie Aparthotelu.*

*Dodatkowo właścicielowi będzie przysługiwać 50% zysku z lokalu z nadwyżki ponad poziom czynszu minimalnego, po uprzednim odjęciu opłaty za Media (10%) oraz opłaty za zarządzanie (30%). Pragnę podkreślić, iż powyższe opłaty są pobierane z przychodów z działalności operacyjnej hotelu i właściciel nie ponosi kosztów z nimi związanych.*

*Właściciel lokalu przez cały okres obowiązywania umowy nie ponosi żadnych dodatkowych kosztów, w tym nawet kosztów podatków od nieruchomości ani ubezpieczenia lokali.*

*Aparthotel będzie znajdować się w odległości 200 m od kompleksu basenów termalnych Termu Uniejów. Cały teren zostanie odpowiednio zagospodarowany. W przypadku dodatkowych pytań służę pomocą.”*

Dowód: mail z 31 lipca 2017r. karta akt nr 1415-1416

Do maila z dnia 31 lipca 2017 r. załączono między innymi: „Przykładowe rozliczenie umowa najmu wariant 7%”, „Przykładowe rozliczenie umowa najmu wariant 7, 5 %”; „Założenia finansowe dla nabywców Aparthotelu”, „W załączeniu poprawiona umowa”. Do maila dołączono projekt Umowy Rezerwacyjnej (mail z dnia 21 sierpnia 2017 r.)

Dowód: karta akt 1416 i 1411- 1414

*„Panie Łukasz w załączeniu przesyłam umowy, proszę o akceptację i zgodnie z rozmową w piątek wyśle oryginały do podpisu. Do maila dołączono projekt Umowy najmu”. (mail z dnia 18 lutego 2019 r.)*

Dowód: karta akt nr 1403

(34) Poradnik podatkowy dołączony przez Termy Uniejów do e-maila kierowanego do potencjalnego nabywcy z dnia 14 czerwca 2017, zawierał następujące informacje:

*„Zakup lokalu w naszej inwestycji daje Państwu następujące korzyści podatkowe i finansowe:*

- możliwość zakupu lokalu w cenie netto, dzięki całkowitemu zwrotowi podatku vat (nawet jeśli nie są Państwo podmiotem prowadzącym działalność gospodarczą ;*
- możliwość obniżenia podatku dochodowego poprzez odliczenie kosztów (np. amortyzację, odsetki od kredytu);*
- gwarantowany przez Dewelopera przychód z wynajmu na zasadach szczegółowo opisanych w umowie sprzedaży lokalu oraz umowie najmu”(mail z dnia 14 czerwca 2017 r.)*



Dowód: karta akt nr 1408- 1410

(35) „Przykładowe rozliczenie dla wariantu 7 % zwrotu z inwestycji i pobytu właścicielskiego” oraz „Przykładowe rozliczenie dla wariantu 7,5 % zwrotu z inwestycji i pobytu właścicielskiego”, stanowiące załącznik o maila z dnia 31 lipca 2017 r. zawierały informację, dotyczącą przykładowego rozliczenia dotyczącego nabycia lokalu użytkowego i oczekiwanej stopy zwrotu 7%/7,5%, gdzie poinformowano, że wyliczenia oparte są na kwotach netto.

Dowód: karta akt nr 1411-1414

(36) Spółka załączyła do akt sprawy dokumenty dotyczące prognozowania deklarowanej stopy zwrotu z inwestycji, w których wskazała założenia i wyliczenia, na podstawie których ustalała wysokość przyszłych korzyści z inwestycji tj. „Założenia finansowe” i „Biznesplan”.

(37) W Biznesplanie zamieszczone były m.in. następujące informacje:

*„Przykładowe rozliczenie, gdzie najemca rezygnuje z pobytu właścicielskiego (czyli otrzymuje 7,5% gwarantowanego zwrotu) przy przyjętych poniżej założeniach jest następujące (obejmuje kwoty netto):*

- *powierzchnia lokalu - [xxx] m.kw*
- *powierzchnia wszystkich lokali zarządzanych przez najemcę: [xxx] m.kw.*
- *udział lokalu w zyskach z działalności Aparthotelu -[xxx]*
- *cena lokalu: [xxx] PLN netto*
- *przychód roczny z działalności Aparthotelu (po dokonaniu jakichkolwiek rozliczeń): [xxx] PLN*
- *przychód roczny przypadający na lokal: [xxx] PLN*
- *czynsz minimalny:7,5% rocznie od ceny zakupu lokalu netto tj.[xxx] PLN.*

*Koszty utrzymania lokalu:*

*Czynsz dodatkowy: 50% zysku z lokalu ponad poziom czynszu minimalnego - [xxx] PLN*

*Premia za sukces w zarządzaniu: 50% zysku z lokalu ponad poziom czynszu minimalnego - [xxx] PLN*

*W takim przypadku stopa zwrotu wynosi [xxx]*

*„W przypadku, gdy najemca korzysta z możliwości pobytu właścicielskiego sytuacja jest następująca (zwrot gwarantowany 7%), przy wskazanych poniżej założeniach (kwoty netto)*

- *powierzchnia lokalu - [xxx] m.kw*
- *powierzchnia wszystkich lokali zarządzanych przez najemcę: [xxx]m.kw.*
- *udział lokalu w zyskach z działalności Aparthotelu -[xxx]*
- *cena lokalu: [xxx] PLN netto*
- *przychód roczny z działalności Aparthotelu (po dokonaniu jakichkolwiek rozliczeń): [xxx] PLN*



- przychód roczny przypadający na lokal: [xxx] PLN

- czynsz minimalny: 7% rocznie od ceny zakupu lokalu netto tj. [xxx]

Nadwyżka - [xxx] PLN dzielona po 50% pomiędzy wynajmującym a najemcą”.

W innej części Biznesplanu zamieszczono zapis o treści: „Podstawowe warunki umowne stosunku najmu są następujące:

1) „Czynsz minimalny: 7,5% rocznie od ceny zakupu lokalu netto gwarantowany przez Najemcę Wynajmującemu”.

W części Biznesplanu „Analiza finansowa” również zamieszczono „Założenia dotyczące prognozy”, w których w pkt 5 określono iż: „Lokale zostaną następnie wynajęte od kupujących. Kupujący otrzyma minimum 7%/ 7,5 % roczny zwrot z kapitału”.

Dowód: kart akt nr 129- 233

(38) Z ustaleń dokonanych przez Prezesa UOKiK wynika iż, Spółka prognozowała w „Biznesplanie” oraz w „Założeniach finansowych” deklarowaną stopę zysku z inwestycji na podstawie założeń i wyliczeń wartości netto nabycia lokalu. Wyliczenia te dokonywane były w taki sam sposób jak oblicza się stopę zwrotu, która stanowi powszechnie używaną miarę zyskowności inwestycji bądź instrumentu finansowego.

(39) Ponadto Prezes UOKiK ustalił, że w każdym przypadku nabywca lokalu użytkowego na podstawie § 4 pkt 6 „Umowy o nabycie lokalu użytkowego” musiał ponieść w momencie zawierania Aktu notarialnego - Umowy ustanowienia odrębnej własności lokalu” dodatkowe koszty, w szczególności: takse notarialną, należny od umowy podatek od towarów i usług według stawki obowiązującej na dzień zawarcia umowy przyrzeczonej, opłatę sądową jak również koszty wypisów innych niż wypisy dla inwestora.

(40) Przykładowo, suma tych opłat pobranych od nabywcy lokalu przy podpisaniu umowy przyrzeczonej w formie aktu notarialnego rep. Zł - A nr 7026/2019 wyniosła 2 445,06 zł, w tym tytułem taksy notarialnej i wypisów kwotę 1622 zł.

Dowód: karta akt nr 500- 517

(41) Powyższe koszty, które konsument bezwzględnie musi ponieść, podwyższają rzeczywisty koszt zakupu lokalu użytkowego przez konsumenta, przykładowo o kwotę 2 445,06 zł.

(42) Obrót Spółki w 2022 r. liczony jako suma przychodów netto wskazanych w rachunku zysków i strat ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów oraz innych przychodów operacyjnych i przychodów finansowych wyniósł [xxx].

Dowód: karta akt nr 1498-1500

**Mając na uwadze powyższe, Prezes UOKiK zważył co następuje:**

### **Interes publiczny**

(43) Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie 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.

(44) W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli być potencjalnymi odbiorcami reklam inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” jako potencjalni klienci Spółki będący zainteresowanymi inwestowaniem w lokale użytkowe. Wszyscy ci konsumenci, co zostanie wykazane poniżej, zostali lub mogli zostać wprowadzeni w błąd działaniami Term Uniejów, pod wpływem których podejmowali lub mogli podjąć decyzję, co do nabycia produktu inwestycyjnego na zasadach mniej korzystnych niż wynikało to z treści pierwotnego przekazu. Działania Spółki nie dotyczyły więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Spółki, których sytuacja była identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Term Uniejów dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

(45) Należy tym samym uznać, że ochrona interesu publicznego w rozpatrywanej sprawie wyraża się także w konieczności zagwarantowania, by Spółka w swojej przyszłej działalności nie naruszała zbiorowych interesów konsumentów w sposób wskazany w pkt I. sentencji niniejszej decyzji.

#### **Status przedsiębiorcy**

(46) Zakaz wyrażony w art. 24 ust. 1 ustawy okik adresowany jest wyłącznie do przedsiębiorcy. Zgodnie z definicją przedsiębiorcy, zawartą w art. 4 pkt 1 ustawy okik pod pojęciem tym należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2023r. poz. 221 t.j. ). 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.

Działalność gospodarcza, to zgodnie z art. 3 ww. ustawy zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły. Za przedsiębiorcę uznaje się więc podmiot, który spełnia łącznie określone ww. przepisami kryteria podmiotowe i przedmiotowe: po pierwsze jest osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, po drugie wykonuje działalność gospodarczą.

(47) Spółka wpisana jest do KRS pod nr 0000080411. Spółka prowadzi stałą, zorganizowaną działalność gospodarczą z zamiarem osiągnięcia zysku, polegającą między innymi na budowie i sprzedaży lokali użytkowych z przeznaczeniem na cele inwestycyjne. Spółka jest tym samym przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy okik, a zatem jej działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.





## Podstawa prawna naruszenia

(48) Art. 24 ust. 1 ustawy okik zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. Dla uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zachowanie to musi więc być sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i jednocześnie naruszać zbiorowy interes konsumentów.

(49) Bezprawność zarzuconej Spółce praktyki związana jest z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845 t.j. dalej również; upnpr). Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

(50) Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

(51) W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie, jak i zaniechanie) oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

(52) Pod pojęciem produktu, w świetle art. 2 pkt 3 upnpr, należy rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. Natomiast przez propozycję nabycia produktu rozumie się informację handlową określającą cechy produktu oraz jego cenę, w sposób właściwy dla użytego środka komunikowania się z konsumentami, która bezpośrednio wpływa bądź może wpływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy (art. 2 pkt 6 upnpr).

(53) Stosownie do art. 2 pkt 7 upnpr, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi zatem finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 19 grudnia 2007 r. sygn. XVII Ama 64/07, uznał że przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży.

## Model przeciętnego konsumenta

(54) Aby dokonać oceny, czy działania Spółki w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, w sposób wskazany w pkt I



sentencji niniejszej decyzji, konieczne jest ustalenie w przedmiotowej sprawie modelu przeciętnego konsumenta. W odniesieniu bowiem do przeciętnego konsumenta dokonywane jest uprawdopodobnienie zniekształcenia jego zachowania rynkowego przez praktykę rynkową Spółki.

(55) Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać 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 czy umysłowa. Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących np. stosunku zobowiązaniowego (umowy) łączącego go z przedsiębiorcą, przekazywanych w sposób niewprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz 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. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy reklamowe w sposób dostowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Przeciętny konsument nie ma zaś przede wszystkim obowiązku weryfikacji informacji przekazywanych przez przedsiębiorcę na powszechnie dostępnych forach pod kątem ich zgodności ze stanem faktycznym. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

(56) Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: TSUE lub Trybunał). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany<sup>5</sup>.

(57) Oferowany konsumentom przez Spółkę „produkt inwestycyjny” cechował się tym, że wymagał od konsumenta jedynie wyłożenia środków pieniężnych na zakup apartamentu

---

<sup>5</sup> Sprawa C-210/96, Gut Springenheide, wyrok z 16 lipca 1998 r. Do tego orzeczenia Trybunał odwoływał się wielokrotnie w kolejnych wyrokach; por. np. sprawa C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH p. Klijsen Handel BV, wyrok z 22 czerwca 1999 r. i połączone sprawy T-146/02-T-153/02, Deutsche Sisi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG p. OHIM, wyrok z 28 stycznia 2004 r.;



z zachowaniem możliwości pobytu właścicielskiego do 14 dni w roku poza sezonem, natomiast cała wiążąca się z nim działalność gospodarcza miała być prowadzona przez profesjonalny podmiot, który będzie zarządzał najmem apartamentami, zarządzał restauracją i działalnością rekreacyjną i konferencyjną. „Umowy rezerwacyjne”, „Umowy o nabycie lokalu” oraz „Umowy najmu” nie były zawierane w formie aktu notarialnego (taką formę miała jedynie ostateczna umowa przeniesienia własności), co oznacza, że ich podpisywanie odbywało się bez udziału zewnętrznego podmiotu, tj. urzędnika publicznego. „Umowy najmu” miały charakter długoterminowy, zawierane były bowiem na 30 lat, a gwarancja zysku obejmowała cały ten okres. Nabywca po zawarciu umowy najmu nie musiał ponosić żadnych dodatkowych kosztów. Oznacza to, że dla inwestorów produkt ten ma być „całkowicie bezobsługowy” i cecha ta jest eksponowana w przekazach o charakterze reklamowo-informacyjnym, kierowanych do potencjalnych inwestorów. Udostępnienie operatorowi na ten cel lokalu nabytego przez inwestora następowało w drodze zawarcia jednorazowej umowy najmu.

(58) Okoliczności te, w ocenie Prezesa Urzędu wskazują, że nabywcami produktu oferowanego przez Spółkę byli konsumenci dokonujący lokaty posiadanych środków pieniężnych w inwestycje o stałym, gwarantowanym zysku bez żadnego stopnia ryzyka. Za konsumenta w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> k.c. uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

(59) Co do zasady od dnia 1 stycznia 2021 r.<sup>6</sup> przymiot konsumenta mogą mieć przy tym również osoby posiadające status przedsiębiorcy w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową w innym obszarze, zamierzające nabyć oferowany produkt bez związku z tą działalnością. W orzecznictwie<sup>7</sup> uznaje się, że dla przyznania danej osobie fizycznej statusu konsumenta nie ma decydującego znaczenia cel podjętej przez nią czynności (np. pomnożenie majątku, odniesienie korzyści podatkowych, zapewnienie środków na utrzymanie np. na emeryturze), a osoba fizyczna zarządzająca swoim majątkiem przez inwestowanie posiadanych środków finansowych (oszczędności) jest konsumentem, o ile jej działaniom nie można przypisać cech działalności gospodarczej lub zawodowej. Weryfikacja, czy danej aktywności można przypisać cechy działalności gospodarczej, musi być przeprowadzona przy uwzględnieniu wszystkich okoliczności występujących w dany stanie faktycznym<sup>8</sup>. Przepis rozszerzający definicję konsumenta wszedł jednak w życie 1 stycznia 2021 r., a zatem już po zakończeniu przez Spółkę sprzedaży lokali. Wprawdzie konsumenci wg rozszerzonej definicji aktualnie mogą być właścicielami lokali w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” dokonując ich zakupu na rynku wtórnym, lecz niniejsza Decyzja nie dotyczy interesów tej grupy nabywców lokali użytkowych.

(60) W niniejszym przypadku zrekonstruowany został model przeciętnego konsumenta dla praktyki opisanej w pkt I sentencji decyzji. Za przeciętnego konsumenta należy uznać osobę zainteresowaną nabyciem lokalu użytkowego z możliwością pobytu właścicielskiego do 14 dni w roku, z przeznaczeniem na bezpieczne, nieryzykowne inwestycje posiadanych przez konsumenta środków pieniężnych z założonym stałym zyskiem. Osoba ta prawdopodobnie jest dobrze obeznana z powszechnie wykorzystywanymi tradycyjnymi formami lokowania

<sup>6</sup> Ustawa z dnia 31 lipca 2019 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ograniczenia obciążeń regulacyjnych (Dz.U.2019 poz. 1496)

<sup>7</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie sygn. akt IV C 1420/19

<sup>8</sup> por. np. uzasadnienie wyrok Sądu Najwyższego z dn. 18 września 2019 r. (sygn. akt IV CSK 334/18).

oszczędności, jak lokaty i zbliżone do nich produkty bankowe (rachunki, konta oszczędnościowe). Produkty te cechują się łatwością użycia, nie wymagają specjalistycznej wiedzy, jak i bezpieczeństwem deponowanych środków. Przeciętny konsument, jako drobny, detaliczny inwestor traktuje tego rodzaju produkty, a w szczególności lokaty bankowe, jako oczywisty punkt odniesienia (benchmark) przy ocenie zasadności ulokowania swoich środków w inwestycję o alternatywnym charakterze. Przeciętny konsument analizując instrument finansowy lub produkt inwestycyjny o stałym dochodzie z pewnością zwraca uwagę na wysokość stopy zwrotu (zwyczajowo wyrażaną w formie procentu, wyrażającego odsetki od lokowanego kapitału), jaką uzyska lokując swoje środki i parametr ten ma dla niego ważne znaczenie przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z oferty. Konsument taki, obyty z tradycyjnymi produktami instrumentami o stałym dochodzie oferowanymi przez podmioty działające na ściśle regulowanym i nadzorowanym rynku finansowym, może nie mieć wyrobionych nawyków, czy umiejętności lub wiedzy potrzebnych do zweryfikowania prawdziwości przekazywanych mu informacji na temat parametrów tych produktów, np. ich rentowności. Nie można spodziewać się, że przeciętny konsument będzie obeznany z niuansami i zagrożeniami wiążącymi się z innowacyjnymi przedsięwzięciami biznesowymi czy realizującymi je podmiotami, którym powierza swoje oszczędności. Nie posiada on też zapewne wiedzy czy doświadczenia na poziomie osób zajmujących się zawodowo analizami finansowymi czy wywiadem gospodarczym, jak i nie korzysta z usług tego rodzaju profesjonalistów. Czujność i uważność przeciętnie zorientowanego w tych sprawach inwestora detalicznego może być niewystarczająca, aby trafnie ocenił propozycję inwestycji pod kątem rzeczywistej rentowności, w szczególności w sytuacji, gdy nie ma dostarczonej (bez swojej dodatkowej aktywności w tym kierunku) od początku istotnej informacji o inwestycji.

(61) W ocenie Prezesa Urzędu, adresatem reklam Spółki odnośnie ww. produktu nie jest konsument bardziej niż przeciętnie zorientowany w specyfice języka reklamy. Jest to więc osoba, która wie, że aby poznać szczegółowe warunki oferty, nawiązuje np. kontakt z przedstawicielem Spółki, ale jednocześnie oczekuje, że w reklamach podane są rzetelne informacje o podstawowych cechach tej oferty, które nie wprowadzają w błąd.

(62) Artykuł 4 ust. 2 upnr stanowi, 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 upnr, który stanowi iż 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.

(63) Zgodnie z art. 5 ust. 1 upnr 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.

Stosownie natomiast do zaś do art. 5 ust. 2 pkt 1 upnr wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Art. 5 ust. 3 pkt 2 upnr stanowi, iż wprowadzające w błąd działanie 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.

(64) Przez „produkt”, zgodnie z definicją zamieszczoną w art. 2 pkt 3) upnpr, rozumie się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

#### **Stwierdzenie stosowania praktyki z pkt I sentencji decyzji oraz zaniechania jej stosowania**

(65) Ustalenia stanu faktycznego opisane w niniejszej decyzji są bezsporne. W szczególności bezsporne jest, iż Spółka przekazywała konsumentom przed zawarciem umowy w treści materiałów reklamowych oraz w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „Aparthotel Termy Uniejów” informacje o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji tj. 7% lub 7,5% z pominięciem informacji, iż powyższe wartości wyliczone zostały przez Spółkę w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców. Nie jest również sporna data zaniechania stosowania praktyki, którą Prezes UOKiK, na podstawie wyjaśnień Spółki, przyjął jako datę zawarcia ostatniej „Umowy o nabycie lokalu użytkowego”, tj. 1 sierpnia 2019 r. Po tej dacie Spółka nie prowadziła już żadnych działań marketingowych związanych z oferowaniem lokali użytkowych w inwestycji „Aparthotel „Termy Uniejów” oraz nie zawierała umów, w których zamieszczone są treści, które w ocenie Prezesa UOKiK, wprowadzały lub mogły wprowadzić konsumentów w błąd, a dotyczących gwarantowanej stopy zysku.

(66) Sporna pozostaje natomiast ocena ww. działań Spółki, ponieważ pomimo wniosku Spółki o wydanie decyzji zobowiązaniowej, Termy Uniejów zastrzegły, iż ich zdaniem nie naruszyły przepisów ustawy okik. Tym samym, przedmiotem oceny Prezesa UOKiK pod kątem naruszenia przepisów ustawy okik, poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych wprowadzających lub mogących wprowadzać w błąd, podlegać będą działania Spółki, polegające na kierowaniu do otwartego i niczym nieograniczonego kręgu potencjalnych nabywców, w tym do konsumentów, na etapie przed zawarciem umowy, w treści przekazów reklamowych oraz w treści „Umowy rezerwacyjnej” i „Umowy o nabycie lokalu użytkowego” dotyczących nabycia lokali użytkowych w celu inwestycyjnym w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, informacji o wysokości gwarantowanej stopy zysku bez odniesienia, iż stopa zysku wyliczona została w oparciu o ceny netto lokali.

(67) Niewątpliwie działania Spółki opisane w pkt I sentencji decyzji, mieszczą się w pojęciu praktyki rynkowej w rozumieniu art. 2 pkt 4 upnpr, gdyż wiążą się one bezpośrednio z promocją i oferowaniem na rynku przedsięwzięcia inwestycyjnego, polegającego na budowie lokali użytkowych w inwestycji realizowanej jako budowa obiektu hotelowego „Aparthotel Termy Uniejów”.

(68) W nawiązaniu do okoliczności sprawy, decyzja dotycząca umowy nie oznacza przy tym wyłącznie decyzji o nabyciu lokalu, ale może również polegać m.in. na zainteresowaniu się konsumenta ofertą Spółki, czy też podjęciu działań w celu uzyskania dodatkowych lub szczegółowych informacji o tej ofercie. W konsekwencji, mówiąc o „decyzji dotyczącej umowy” odnosi się ją do kręgu konsumentów, którzy nabyli lokale użytkowe w inwestycji





„Aparthotel Termy Uniejów”, jak również do tych wszystkich, którzy byli lub choćby potencjalnie mogli być odbiorcami przekazów reklamowych zawierających informacje zachęcające do inwestowania w „Aparthotel Termy Uniejów” - nawet jeżeli nie zawarli ze Spółką żadnej umowy, a nawet nie nawiązali w następstwie powyższego przekazu kontaktu ze Spółką inicjującego zawarcie takiej umowy.

(69) W opinii Prezesa Urzędu, przeciętny konsument, kierując się zarówno informacją o gwarantowanej stopie zysku 7% lub 7,5%, zamieszczoną w treści reklam kierowanych przez Spółkę do potencjalnych nabywców, jak i treścią „Umowy rezerwacyjnej” i „Umowy o nabycie lokalu użytkowego” przedstawionych konsumentom przez Spółkę przed ich zawarciem, mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że faktyczne korzyści z zainwestowanych środków będą niższe od deklarowanych.

(70) W tym miejscu wskazać należy, iż Prezes UOKiK traktuje wszystkie czynności podejmowane przez Spółkę w celu wypromowania sprzedaży lokali w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, opisane w pkt 18-30 uzasadnienia decyzji, jako jeden proces marketingowy, zakładając przy tym ciągłość praktyki polegającej na wprowadzeniu konsumentów w błąd, który rozpoczął się w maju 2017 r., a zakończył w dniu 1 sierpnia 2019r.

(71) Z poczynionych przez Prezesa Urzędu ustaleń wynika, że Spółka postuluje się w treści przekazów reklamowych kierowanych do nieograniczonego kręgu odbiorców, a zatem i do konsumentów oraz w umowach o nazwach: „Umowa rezerwacyjna”, „Umowa o nabycie lokalu użytkowego” oferowanych nieograniczonemu kręgowi odbiorców, w tym również konsumentom, informacjami i komunikatami sugerującymi gwarancję uzyskania stopy zysku w wysokości 7% lub 7,5% rocznie odniesionej do wartości inwestycji, rozumianej jako wartość zainwestowanych w nią przez nabywcę środków pieniężnych, ale bez wskazania, czy chodzi o wartość netto czy brutto. Jednocześnie ustalono, iż wielkość gwarantowanej stopy zysku Spółka obliczyła na podstawie ceny netto lokalu.

(72) Jedynie gdy konsumenci zwracali się do Spółki z konkretnymi zapytaniami o inwestycję mogli otrzymać dodatkowe informacje ustne, telefoniczne lub e-mailowe zawierające bardziej szczegółowe informacje o inwestycji. Potwierdza to treści e-maili wysłanych do nabywców lokali przez Spółkę. Ich analiza wskazuje jednak jasno, że pozyskanie przez potencjalnego nabywcę informacji, iż czynsz minimalny 7,5% rocznie wyliczony został od ceny zakupu lokalu netto wymagało inicjatywy konsumenta, polegającej na postawieniu odpowiedniego pytania w treści maila. Nie w każdym mailu zwrotnym do nabywcy zamieszczone są bowiem przedmiotowe informacje. Termy Uniejów odpowiadając na maila konsumenta z dnia 31.07.2017r. w treści odpowiedzi przekazały w swojej ocenie „wszystkie najważniejsze informacje dotyczące inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” wskazując jednocześnie iż: „Stopa zysku jest liczona od wartości zakupionego lokalu hotelowego”. Dopiero w treści załączników do maili udostępniana była informacja, że czynsz minimalny 7,5% rocznie wyliczony został od ceny zakupu lokalu netto (przykładowo w Poradniku podatkowym czy „Przykładowym rozliczenie dla wariantu 7% zwrotu z inwestycji i pobytu właścicielskiego” oraz „Przykładowym rozliczeniu dla wariantu 7,5% zwrotu z inwestycji i pobytu właścicielskiego”), a nie w treści samych maili, co kwalifikować należy jako dodatkowe utrudnienie w dostępie do tych informacji.



(73) Ponadto jakkolwiek z treści umów o nazwie „Umowa najmu”, do podpisania których dochodziło po podpisaniu „Umowy rezerwacyjnej i „Umowy o nabycie lokalu użytkowego”, wynika, iż zawierały one postanowienie informujące nabywców, iż czynsz minimalny 7,5% rocznie wyliczony został od ceny zakupu lokalu netto, to jednak rezygnacja przez potencjalnego nabywcę z inwestycji na tym etapie wiązała się z koniecznością zapłaty kary umownej, co mogło skutecznie odstraszać ich od podjęcia takiej decyzji.

(74) W tym miejscu Prezes Urzędu odnosi się do używanego przez Spółkę zamiennie pojęcia stopa zysku lub gwarancja zysku. Stopa zysku jest to wskaźnik finansowy informujący o ekonomicznej efektywności danego przedsięwzięcia. Obliczana jest ona najczęściej jako *stosunek sumy kapitału stałego i zmiennego albo zysku do ogólnej sumy aktywów*<sup>9</sup>.

Stopa zwrotu jest miarą zyskowności inwestycji w danym okresie. Wskaźnik ten ma formę procentową, co ułatwia konsumentowi wybór tego przedsięwzięcia, które przynosi największy zysk. Wynik wskazuje, jak zmieniła się wartość inwestycji. W ogólnym znaczeniu stopa zwrotu oznacza zwrot z inwestycji, biorąc pod uwagę koszty poniesione przez inwestora. Wysokość uzyskanego dochodu wskazuje m.in. logarytmiczna stopa zwrotu. W zależności od przyjętego w obliczeniach zakresu czasowego, jak i czynników związanych z inwestycją oraz konkretnym rynkiem, stopa zwrotu jest obliczana na różne sposoby.

Jak wskazano powyżej wartość stopy zwrotu jest wyrażana w procentach, jednak wynik może dotyczyć zarówno skali dodatniej, jak i ujemnej. W takim przypadku:

- dodatnia stopa zwrotu - informuje o tym, że inwestycja w danym okresie przyniosła zyski;
- ujemna stopa zwrotu - wskazuje na brak korzyści, czyli inwestycja przynosi straty;
- stopa zwrotu na poziomie zero - taki wynik oznacza, że nie zmieniła się wartość inwestycji względem poprzedniego okresu.

(75) Odnosząc ww. treści do przykładowego rozliczenia zamieszczonego przez Spółkę w założeniach do Biznesplanu opracowanego dla inwestycji, to wynika z niego, iż minimalny, gwarantowany zwrot z inwestycji w wysokości 7% lub 7,5%, wyliczony został w oparciu o ceny netto nabycia lokalu użytkowego. Jednak taka informacja nie została przekazana konsumentom w ramach szerokiej akcji marketingowej dotyczącej sprzedaży ww. lokali obejmującej dystrybucję ulotek, folderów reklamowych, katalogów, billboardów, spotów telewizyjnych i radiowych, prezentacji materiałów na targach w Łodzi, Warszawie i Poznaniu, a także w prasie o zasięgu lokalnym i krajowym na etapie przedkontraktowym, ani na etapie zawierania umów o nazwie „Umowa rezerwacyjna”, czy „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”, poprzedzających zawarcie umowy ostatecznej przeniesienia własności lokalu.

(76) Każdy nabywca lokalu w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” musiał natomiast zapłacić Termom Uniejów cenę brutto lokalu, a zatem nie cenę netto lokalu (od której liczony jest przez Spółkę zysk/stopa zwrotu).

---

<sup>9</sup> <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/stopa-zysku;3979974.html>



## Wprowadzenie w błąd konsumenta

(77) Treści prezentowane przez Spółkę w materiałach reklamowych oraz w „Umowach rezerwacyjnych” i „Umowach o nabycie lokalu użytkowego” mogły zatem wprowadzić w błąd przeciętnego konsumenta na etapie przed zawarciem umowy, bowiem konsument zasadnie mógł przypuszczać na ww. podstawie, że otrzyma 7% lub 7,5% zysku rocznie ze swojej inwestycji, czyli co najmniej 7% lub 7,5% od zapłaconej kwoty brutto, gdy tymczasem otrzymywał i otrzymuje je w niższej wysokości, bowiem Spółka odnosząc wysokość stopy zysku do inwestycji, wyliczyła ją na podstawie wartości netto nabycia lokalu, a nie kwot faktycznie zainwestowanych przez konsumenta. W ww. kontekście przedstawiona w treści materiałów reklamowych informacja o gwarantowanej stopie zysku w wysokości 7% lub 7,5% była nieprawdziwa w zakresie określenia przyjętej do wyliczenia stopy zwrotu - w wysokości wyższej, niż faktycznie wypłacana.

(78) Przykładowo: cena netto nieruchomości (jak w wyliczeniu podanym przez Spółkę w Biznesplanie) - (dalej informacje objęte tajemnicą przedsiębiorcy) w wysokości [xxx] zł zakłada, że przy stopie zysku 7,5% konsument otrzyma [xxx] zł rocznego zysku. Gdy doda się do ceny netto lokalu stawkę 23% VAT to cena jego nabycia powiększy się o [xxx] zł, co oznacza, że cena brutto lokalu wynosiła [xxx] zł. Przy takim poziomie ceny nabycia lokalu z gwarancją 7,5% stopy zysku konsument powinien otrzymać [xxx] zł rocznie, ale otrzymuje rocznie [xxx] zł rocznego zysku.

(79) Wskazać należy, iż konsumenci w związku z zawarciem umowy o przeniesienie własności lokalu ponoszą również dodatkowe koszty, tj. „koszty ustanowienia odrębnej własności lokalu, w szczególności zapłaty taksy notarialnej, należnego od niej podatku VAT, opłaty sądowej, jak również koszty wypisów innych niż wypisy dla nabywcy lokalu”. Przykładowo koszty te mogą wynieść łącznie 2 445 zł (dowód: akt notarialny Rep A nr 7026/2019), co powoduje, iż koszt nabycia inwestycji w cenie brutto [xxx] zł, jest podwyższony do kwoty [xxx] zł.

(80) Odnosząc przykładową wartość gwarantowanego rocznego zysku w wysokości [xxx] zł z inwestycji, którą miał otrzymać konsument (jak w wyliczeniu podanym przez Spółkę w Biznesplanie dla lokalu użytkowego w cenie [xxx] zł netto, do ceny brutto lokalu, tj. [xxx] zł uzyskuje się wynik wskazujący, że faktyczna stopa zysku wynosi 6,09%, a zatem mniej, niż wskazano w reklamach tj. 7% lub 7,5%. To samo wyliczenie, ale prowadzone przy założeniu, że dla wyliczenia rocznej stopy zysku wysokość kwot zaangażowanych przez konsumenta brutto, tj. [xxx] zł powinna być powiększona o dodatkowe koszty związane z nabyciem inwestycji, tj. o koszty ustanowienia odrębnej własności lokalu, w szczególności zapłaty taksy notarialnej, należnego od niej podatku VAT, opłatę sądową, jak również koszty wypisów innych, niż wypisy dla inwestora np. w łącznej wysokości 2 445,00 zł dla opisanego powyżej przykładu, wskazuje, iż wartość przykładowej inwestycji w cenie nabycia brutto [xxx] zł jest podwyższona do kwoty [xxx] zł, a zatem faktyczna stopa zysku wynosi 6,04 %, tj. jeszcze mniej, niż w przypadku, gdy nie doliczono dodatkowych kosztów - a z pewnością mniej niż 7% czy 7,5% wynikających z reklamy.

(81) Skoro zatem faktyczna kwota zaangażowana przez konsumenta w inwestycję jest jeszcze wyższa, niż tylko cena brutto nabycia lokalu, to przedstawiona konsumentom w treści reklam informacja o 7% lub 7,5% stopie zysku liczonej od ceny netto jest nieprawdziwa, bowiem wskazane wartości procentowe są zawyżone wobec wysokości stopy



zysku odniesionej do całości kwot zaangażowanych przez konsumenta, a dotyczących bezpośrednio nabycia inwestycji.

(82) Na ocenę Prezesa UOKiK o wprowadzeniu przez Spółkę w błąd potencjalnych nabywców lokali użytkowych nie ma wpływu podnoszona przez Spółkę okoliczność, iż każdy z nich, który stawiał się w lokalu przedsiębiorcy, otrzymywał ustną informację, że podstawą wyliczenia gwarantowanej stopy zwrotu z inwestycji jest cena netto nabycia lokalu, która to informacja przekazywana była również w odpowiedzi na maile kierowane do nabywców lokali. Obowiązek rzetelnego informowania konsumentów obejmuje wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przekazów reklamowych (ofertowych), których celem jest zainteresowanie potencjalnych nabywców ofertą handlową przedsiębiorcy, aż do momentu zawarcia umowy, której przedmiotem będzie nabycie towaru lub usługi. Wszystko to wskazuje na to, że właśnie w początkowej fazie sprzedaży ochrona interesów konsumentów jest mocno podkreślana w przepisach. Właśnie na tym etapie stosowana przez przedsiębiorców reklama i nierzetelna informacja może wpływać na decyzje i zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta w szczególności przed zawarciem umowy.

Co więcej, nie można wykluczyć, że konsument zwabiony do siedziby Spółki treścią oferty reklamowej już czuje się oszukany, gdy okaże się, że nie może nabyć lokalu użytkowego ze stopą zysku w wysokości gwarantowanej w reklamie. Istnieje ryzyko, że zostanie namówiony, będąc już w siedzibie Spółki do dokonania inwestycji na zaproponowanych tam warunkach (tj. przy wyliczeniu stopy zwrotu wg. ceny netto), którymi nie zainteresowałby się wcześniej, gdyby nie treść przekazów reklamowych Spółki.

Jak wynika z wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 27 września 2013 r. sygn. akt VI ACa 279/13 „*Ustawodawca wspólnotowy uznał, że przedsiębiorca odpowiada za treść swoich oświadczeń wobec konsumenta złożonych w sferze przedkontraktowej. Ze względu na fakt, że praktyki handlowe nieuczciwe mogą być stosowane również w fazie obejmującej etap przed zawarciem umowy, niezbędne staje się objęcie jej ochroną*”.

#### **Wykazanie podjęcia decyzji przez konsumenta dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**

(83) Roczna stopa zysku faktycznie osiągnięta przez konsumenta z inwestycji była zatem niższa od deklarowanych przez Spółkę 7% lub 7,5% z zainwestowanych środków. Ponieważ stopa zysku jest wskaźnikiem finansowym informującym o ekonomicznej efektywności danego przedsięwzięcia, a zatem jest jednym z najważniejszych parametrów branych przez inwestorów pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o inwestycji, zawyżona kwota wartości rocznej stopy zysku może zatem w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, wpływając na zawarcie umowy przez konsumenta. Takie działanie dotyczące korzyści związanych z nabyciem produktu (w tym przypadku lokalu użytkowego), mogło wprowadzać konsumentów w błąd. Na podstawie informacji zawartych w materiałach promocyjnych stosowanych przez Spółkę, przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby wiedział, że w rzeczywistości zysk będzie liczony od wartości zapłaconej ceny lokalu netto.

(84) Różnica w wysokości ponad 1 punktu procentowego w odniesieniu do faktycznie oferowanej stopy zysku z inwestycji (7,5 - 6,09 = 1,4) może mieć duże znaczenie dla konsumentów szukających atrakcyjniejszych form ulokowania środków, niż lokaty bankowe.



Prezentowana przez Spółkę informacja o gwarantowanej stopie zysku mogła wydawać się przez to potencjalnym nabywcom lokali użytkowych nabywanych w celach inwestycyjnych bardziej korzystna, niż konkurencyjne oferty innych przedsiębiorców oferujących lokale użytkowe na wynajem, ale wyliczających stopę zysku od ceny brutto lokalu. Porównanie w konkurencyjnych ofertach potencjalnych korzyści, jakie konsument może osiągnąć z inwestycji w skali roku wskazywałoby, że większe korzyści konsument osiągnie kupując lokal użytkowy od Term Uniejów. Biorąc pod uwagę istniejące ryzyko wiążące się z tego typu inwestycją, oferowana konsumentom stopa zysku nie wydaje się być tak atrakcyjna, jak wskazywałyby na to informacje prezentowane przez Spółkę w treści reklam. Dysponujący nadwyżkami środków finansowych inwestorzy poszukują możliwości ich ulokowania, zapewniających im możliwie najwyższy zwrot, którego syntetycznym miernikiem jest stopa zysku w ujęciu procentowym, w wymiarze rocznym. Przy niskich stopach procentowych i wiążącym się z tym niskim oprocentowaniem lokat bankowych, kształtującym w dacie oferowania przez Spółkę ww. produktu realia gospodarcze w kraju i na świecie, a zatem w okresie stosowania zakwestionowanych praktyk, inwestorzy mogli być szczególnie podatni na zniekształcenie przekazu informacyjnego w odniesieniu do tego miernika. Przedstawianie go w zawyżonej wysokości mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd, co do wysokości korzyści wiążących się z oferowanym mu zakupem lokalu i wpłynąć na jego ocenę atrakcyjności oferty, w tym ceny lokalu i ostatecznie wpłynąć na podjęcie przez niego decyzji o skorzystaniu z tej oferty, której inaczej by nie podjął.

(85) W związku z powyższym, wykazane zostały w niniejszym postępowaniu działania Spółki, polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, poprzez wprowadzenie konsumentów w błąd, co wypełnia znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

(86) Dokonanie powyższej oceny, nie jest sprzeczne z ustaleniami, że konsumenci, którzy nawiązali kontakt ze Spółką i którzy zwrócili się do niej o informacje dotyczące podstawy wyliczenia gwarantowanej stopy zysku mogli otrzymywać od Spółki dodatkowe informacje w formie załączników do e-maili, a także ustnie podczas spotkań w biurze sprzedaży lub w wersji papierowej, tj. „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7% zwrotu z inwestycji” oraz „Przykładowe rozliczenia dla wariantu 7,5% zwrotu z inwestycji”, z których wynikało, że stopa zysku wyliczona została przez Spółkę od wartości netto nabycia lokali.

(87) Ustalenia takie nie mają bowiem wpływu na ocenę zachowania Spółki. Konsument mógł zostać wprowadzony w błąd zanim przekazano mu dodatkowe informacje i pod jego wpływem podjąć decyzje dotyczące zakupu lokalu. Spółka bezspornie nie wywiązała się z nałożonego na nią obowiązku stosowania nie wprowadzającej w błąd reklamy, jak również treści zawieranych umów o nazwie „Umowa rezerwacyjna” i „Umowa o nabycie lokalu użytkowego”. Pozyskanie dodatkowych informacji o inwestycji wymagało w każdym przypadku wykazania inicjatywny przez potencjalnego nabywcę, który musiałby w tym celu zwrócić się do Spółki z określonymi pytaniami. W kontekście definicji „przeciętnego konsumenta” przyjętej w niniejszej sprawie oraz obowiązków Spółki, nie można oczekiwać, iż „przeciętny konsument” ma obowiązek weryfikować treść informacji reklamowych podawanych przez Spółkę a dotyczących inwestycji, oraz pozyskiwania informacji, które w innym świetle ukażą informacje już przekazane przez Spółkę. Akceptacja obowiązku weryfikowania przez konsumenta pozyskanych informacji na etapie reklamowania produktu oznaczałaby, że to na konsumenta przerzucony jest ciężar pozyskania istotnych informacji,





gdy tymczasem przeciętny konsument, nie mający doświadczenia w takim inwestowaniu, może nie mieć wiedzy potrzebnej do sformułowania takich właśnie pytań.

(88) Abstrahując od powyższego, to z treści żadnego maila kierowanego do konsumenta przez Spółkę (dotyczy maili przekazanych przez Spółkę do akt postępowania) nie wynikało wprost, że Spółka obliczała gwarantowaną stopę zysku na podstawie ceny netto lokalu. Wręcz przeciwnie - z treści e-maila z dnia 31 lipca 2017 r. załączonego do pisma Spółki z dnia 26 maja 2022 r. wynika, iż „stopa zysku jest liczona od wartości zakupionego lokalu hotelowego. Na stopę zwrotu i inne warunki finansowe inwestycji nie ma wpływu ani wybór lokalu z 3 oferowanych kategorii ani jego lokalizacja w obrębie Aparthotelu”. Dopiero otwierając załączniki do e-maila konsument mógł przeczytać treść „Przykładowego rozliczenia dla wariantu 7% zwrotu z inwestycji” oraz „Przykładowego rozliczenia dla wariantu 7,5% zwrotu z inwestycji”, z których wynikało, że stopa zysku wyliczona została przez Spółkę od wartości netto nabycia lokali.

(89) Nie eliminuje również skutków wprowadzenia w błąd opracowany przez Spółkę „Poradnik podatkowy”, załączany do informacji mailowych kierowanych do niektórych konsumentów, w którym informowano o „możliwości zakupu lokalu w cenie netto dzięki całkowitemu zwrotowi podatku VAT (nawet jeśli nie są Państwo podmiotem prowadzącym działalność gospodarczą)”. Wskazać zatem należy, iż nie jest prawdziwe twierdzenie, że nabywca lokalu, w tym konsument może zakupić lokal w cenie netto. Czym innym jest bowiem zakup lokalu, który zawsze dokonywany jest po cenie brutto<sup>10</sup>, a czym innym możliwość „odzyskania” podatku od towarów i usług zawartego w cenie brutto zakupu lokalu przeznaczonego na wynajem przez osoby fizyczne nieprowadzące działalności gospodarczej. W świetle ogólnodostępnych informacji kwestia możliwości „odzyskania” podatku od towarów i usług zawartego w cenie brutto zakupu lokalu przeznaczonego na wynajem przez osoby fizyczne nieprowadzące działalności gospodarczej w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców -dalej jako „pp” (Dz.U. z 2023r. poz.221 t.j.) jest złożona i wieloaspektowa.

W piśmiennictwie dotyczącym zagadnienia podnosi się, że „choć rzeczywiście potencjalnie inwestor ma szansę na odzyskanie VAT, to nie jest to ani takie łatwe, ani szybkie, jak w materialne promocyjnym. Ekspertki podkreślają też, że taka decyzja może w przyszłości negatywnie wpłynąć na sposób opodatkowania samego najmu.<sup>11</sup>”

W szczególności zadeklarowanie przez inwestora prowadzenia działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o VAT może również skutkować uznaniem jego działalności za działalność gospodarczą w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym (oraz innych przepisów dotyczących działalności gospodarczej) i skutkować m.in. utratą możliwości opodatkowania uzyskiwanych w ten sposób przychodów w formie ryczałtu, koniecznością uiszczania składek na ubezpieczenie społeczne, czy koniecznością zwrotu części odzyskanego podatku w przypadku sprzedaży lokalu przed upływem 10 lat. W świetle powyższego bezpodstawnym jest założenie, że każdy inwestor skorzysta z tego rodzaju rozwiązania i uzyska prawo do odzyskania zapłaconego w cenie lokalu podatku VAT,

<sup>10</sup> „Wskazać należy na obowiązki wynikające z ustawy z 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2019 r. poz. 178). Zgodnie z ustawą w cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli na podstawie odrębnych przepisów sprzedaż towaru (usługi) podlega obciążeniu tymi daninami.  
<sup>11</sup> „Odzyskać VAT łatwo tylko w reklamie”, Rzeczpospolita, 14 listopada 2019 r.

<https://www.rp.pl/Mieszkaniowe/311149917-Odzyskac-VAT-latwo-tylko-w-reklamie>.



zwłaszcza, że jest ono obarczone znacznym ryzykiem regulacyjnym („w praktyce często zdarzają się głosy odmienne, które są wyrażane nie tylko przez organy podatkowe, ale także sądy administracyjne”) oraz dodatkowymi obowiązkami ciążącymi na podatnikach VAT (m.in. prowadzenia stosownej ewidencji i składania stosownych deklaracji).

W ocenie Prezesa UOKiK bezpodstawne jest przy tym założenie, że każdy inwestor skorzysta z tego rodzaju rozwiązania i uzyska prawo do odzyskania zapłaconego w cenie lokalu podatku VAT. Możliwość odzyskania podatku VAT przez nabywcę lokalu użytkowego nie działa bowiem automatycznie i nie jest bezwarunkowe, zależy bowiem od spełnienia określonych warunków pozytywnych i negatywnych. Konsumenci nie będący podatnikami VAT nie są natomiast wyłączeni z kręgu adresatów oferty Spółki i zawierane są z nimi umowy, które nie dostarczają podstaw do założenia ceny netto lokalu, jako podstawy odniesienia wysokości osiąganey przez nich stopy zysku.

(90) Nie eliminuje również skutków wprowadzenia w błąd załączniki do pisma Spółki z dnia 24 czerwca 2019 r., tj. „Założenia Finansowe” oraz „Biznesplan” (z których wynika, że stopa zysku wyliczona została przez Spółkę od wartości netto nabycia lokali). Abstrahując od faktu, iż Spółka nie wykazała, czy oraz na jakim etapie miałyby przekazywać nabywcom lokali ww. dokumenty, a wnioskując o objęcie ich klauzulą „tajemnica przedsiębiorcy” w rzeczy samej wskazuje, iż nie były to dokumenty powszechnie dostępne każdemu potencjalnemu nabywcy lokalu użytkowego, jak wskazano to już powyżej, Spółka powinna udzielać prawdziwej informacji już na etapie reklamowania inwestycji, a zatem na etapie przedkontraktowym.

(91) Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu odmówił Spółce przeprowadzenia dowodów z przesłuchania Prezesa Zarządu Spółki oraz z zeznań świadka - pracownika Spółki.

(92) Wniosek dowodowy o przesłuchanie świadka (pracownika Spółki) został złożony na fakt, że:

- przedsiębiorca przekazywał potencjalnym nabywcom lokali pełne i prawdziwe informacje na temat wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, a w szczególności kalkulacji stopy zwrotu w oparciu o cenę lokali netto;
- przedsiębiorca przekazywał tę informację zarówno w formie e-maili, jak i w formie papierowej;
- przedsiębiorca udzielał w toku korespondencji elektronicznej oraz spotkań wszelkich wyczerpujących odpowiedzi na pytania potencjalnych nabywców, w tym również te dotyczące zasad rozliczeń podatkowych, związanych z nabyciem lokalu.

Wniosek o przesłuchanie strony - Prezesa Zarządu Spółki, miał dotyczyć przesłuchania, co do faktu, że:

- Spółka przekazywała potencjalnym nabywcom lokali pełne i prawdziwe informacje na temat wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, a w szczególności kalkulacji stopy zwrotu w oparciu o cenę netto lokali;
- Spółka przekazywała tę informację zarówno w formie e-maili, jak i w formie papierowej;



- Spółka udzielała w toku korespondencji elektronicznej oraz spotkań wszelkich wyczerpujących odpowiedzi na pytania potencjalnych nabywców, w tym również te dotyczące zasad rozliczeń podatkowych, związanych z nabyciem lokalu.

(93) W ocenie Prezesa UOKiK, przeprowadzenie ww. dowodów, co do podanych faktów nie mogło mieć wpływu na ocenę działań Spółki objętych zarzutem przedstawionym w Zawiadomieniu o wszczęciu postępowania, ponieważ nawet potwierdzenie tez na jakie dowody zostały powołane nie zmienia faktu, jakie informacje zostały konsumentom przekazane w treści reklama oraz w treści zawieranych umów. Przeciętny konsument, który miał prawo oprzeć swoją decyzję o nabyciu lokalu tylko o materiały reklamowe oraz przedstawioną mu do podpisania „Umowę rezerwacyjną” i „Umowę o nabycie lokalu użytkowego” mógł zostać wprowadzony w błąd już zanim otrzymywał dodatkowe informacje.

### **Naruszenia zbiorowych interesów konsumentów**

(94) Powyżej wskazano, że dla stwierdzenia naruszenia przez Spółkę zakazu określonego w art. 24 ustawy okik niezbędne jest także wykazanie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. O uznaniu zachowania przedsiębiorcy jako godzące w zbiorowy interes konsumentów decydują cechy zachowania skierowanego do potencjalnie nieograniczonej liczny konsumentów. Takimi działaniami skierowanymi do szerokiego kręgu konsumentów będą m.in.: reklama, przekazy informacyjne kierowane do konsumentów, oznaczenia informujące o towarach lub usługach, np. oznaczenia na opakowaniach towarów, treść wzorców umów, przyjęte przez danego przedsiębiorcę procedury dotyczące zawierania lub wykonywania umów z konsumentami. Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie liczba faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanej przez Spółkę praktyki. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

(95) Praktyka Spółki godziła w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować - wszystkich potencjalnych klientów Spółki, którzy zapoznali się lub mogli się zapoznać z jej ofertą. Z tego względu, w ocenie Prezesa Urzędu, interes konsumentów, który mógł zostać naruszony w wyniku działań podejmowanych przez Spółkę nie stanowi sumy indywidualnych interesów poszczególnych klientów, lecz ma charakter zbiorowy.

(96) Z uwagi na powyższe, Prezesa Urzędu uznał, że zostało wykazane naruszenie przez Spółkę zakazu naruszania zbiorowych interesów konsumentów, o którym mowa w art. 24 ust. 1 ustawy okik.

(97) Odniesienie się do stanowiska Spółki

(a) Prezes UOKiK nie zgadza się z końcowym stanowiskiem Spółki i z podniesioną argumentacją w piśmie z dnia 31 sierpnia 2023 r. Spółka twierdzi bowiem, że oferowała produkt o przeznaczeniu inwestycyjnym, a materiały reklamowe i pozostałe informacje dotyczące inwestycji docierały do szczególnej grupy konsumentów, o większej niż przeciętna

świadomości prawnej i ekonomicznej, co wywodzi z faktu, iż materiały reklamowe dotyczące inwestycji publikowane były między innymi w czasopiśmie przeznaczonych dla przedsiębiorców oraz kadry zarządczej, która to grupa posiada wiedzę ekonomiczną i prawną wychodzącą poza posiadaną przez przeciętnego obywatela. Tym samym Spółka kwestionuje model przeciętnego konsumenta, zamieszczony w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Tymczasem Spółka pomija, iż materiały reklamowe i pozostałe informacje dotyczące inwestycji zamieszczone były również w prasie nie dedykowanej dla przedsiębiorców oraz kadry zarządczej np., „Przeglądzie Konińskim”, Tygodniku „Echo Turku”, „Życie Kalisza”, „Agora”, „Nasza Telewizja” wyborcza.pl - , lodz.wyborcza.pl, a ponadto w powszechnie dostępnych ulotkach, katalogach, zamieszczane były na billboardach, emitowane w telewizji i w radiu, jak również treści reklamowe dostępne były w powszechnie dostępnych i nie dedykowanych żadnej specjalnej grupie konsumentów stronach Internetowych:

[www.aparthotel-termyuniejow.pl](http://www.aparthotel-termyuniejow.pl)

[www.termyuniejow.pl](http://www.termyuniejow.pl)

[www.uniejow.pl](http://www.uniejow.pl)

[www.iturek.net.www.inwestycjewkurortach.pl](http://www.iturek.net.www.inwestycjewkurortach.pl)

<https://www.inwestycjewkurortach.pl/aktualno%C5%9Cu.pierwszy-w-polsce-aparthotel-przy-termach>

<https://www.facebook.com/InwestycjewKurortach/posts/1884733781633328>

<https://lodz.wyborcza.pl/lodz/7,35136,22739585>

<https://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/lodz/termy-uniejow-buduja-hotel-dla-gosci/fq4yrrz>

<https://www.radiolodz.pl/posts/44580-ruszyla-budowa-aparthotelu-w-uniejowie>

Dowód: pismo Spółki z dnia 12 listopada 2020r. karta akt nr 238-240

Rodzajem reklamowanego towaru była inwestycja w lokale użytkowe w kompleksie „Termy Uniejów”. Jedynym kryterium dostępności takiego towaru dla potencjalnego nabywcy było dysponowanie przez niego wolnymi środkami finansowymi, które mógł przeznaczyć na inwestycje tego typu, przy świadomości stosunkowo łatwego wycofania się z niej. Biorąc również pod uwagę sposób rozpowszechniania reklamy w bardzo różnorodnych mediach nie sposób dojść do wniosku, iż oferta kierowana była jedynie do specyficznej grupy konsumentów, o większej niż przeciętna świadomości prawnej. Bezpodstawne są twierdzenia pełnomocnika Spółki, iż wiedza przeciętnego konsumenta nie powinna ograniczać się wyłącznie do rozumienia wysokości oprocentowania i powinna obejmować także bardziej skomplikowane mechanizmy związane z procesem inwestowania środków pieniężnych. Twierdzenie Spółki, iż nabycie produktu oferowanego przez Spółkę wymagało szerszej wiedzy niż tradycyjny produkt typu lokata bankowa, a przeciętny konsument powinien mieć umiejętności lub wiedzę pozwalające mu na analizę parametrów produktu, w tym zasad wyliczenia stopy zwrotu z inwestycji stanowi wyłącznie subiektywną ocenę Spółki nie popartą rzeczową argumentacją. W ocenie Prezesa UOKiK, teza Spółki o przynależności nabywców lokali w inwestycji „Termy Uniejów” do „szczególnej grupy konsumentów” nie ma bowiem logicznego związku z twierdzeniem Spółki, iż sam



ustawodawca odmiennie traktuje grupy konsumentów nabywających lokale mieszkalne lub lokale użytkowe, przewidując specjalną ochronę w postaci ustawy o ochronie nabywcy lokalu mieszkalnego lub domu jednorodzinnego wyłącznie dla konsumentów nabywających lokale mieszkalne. W podsumowaniu, Prezes UOKiK prawidłowo wyznaczył w niniejszej sprawie model przeciętnego konsumenta.

(b) Spółka wiąże swoje stanowisko o braku wprowadzenia konsumentów w błąd z argumentacją, iż każdy konsument zainteresowany inwestycją otrzymywał dokumenty takie jak „Założenia finansowe” lub „Biznesplan”, a nie tylko ci konsumenci, którzy wystąpili do przedsiębiorcy z konkretnym zapytaniem o sposób wyliczenia takich korzyści. Pomijając kwestię ewidentnej sprzeczności w argumentacji Spółki, która wywodzi, iż „wszyscy potencjalni nabywcy, z którymi ostatecznie zawarto umowy sprzedaży lokali użytkowych otrzymali właściwe dokumenty dotyczące prognozowania deklarowanej stopy zwrotu inwestycji, Prezes UOKiK podtrzymuje swoje stanowisko, iż powyższa okoliczność jest irrelevantna dla oceny o wprowadzeniu w błąd konsumentów zainteresowanych nabyciem lokalu w inwestycji „Termy Uniejów”. Przypomnieć należy, iż przedmiotem sprawy jest ochrona zbiorowego interesu konsumentów, a nie interesu indywidualnego lub grupy konsumentów. Przedmiotowe informacje otrzymali nie wszyscy potencjalni nabywcy lokali w inwestycji „Termy Uniejów” lecz jedynie ci, którzy nawiązali kontakt ze Spółką w celu nabycia lokalu.

#### **Podstawa prawna wydania decyzji w pkt I sentencji (zaniechanie praktyki).**

(98) Zgodnie z art. 27 ust.1 ustawy okik nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26<sup>12</sup>, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. ust. 2. W przypadku określonym w art. 27 ust. 1 ustawy okik Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania (art. 27 ust. 2 ustawy okik).

(99) W okolicznościach sprawy wykazano, iż Spółka zakończyła proces emisji reklam dotyczących inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” w kwietniu 2019 r., ostatnia „Umowa Rezerwacyjna” została zawarta w dniu 8 grudnia 2017 r, zaś ostatnia „Umowa o nabycie lokalu użytkowego” została podpisana 1 sierpnia 2019 r. Prezes UOKiK uznał, iż data zawarcia ostatniej „Umowy o nabycie lokalu użytkowego” stanowi o zaniechaniu stosowania praktyki opisanej w sentencji niniejszej decyzji. Tym samym uznano, iż w dacie 1 sierpnia 2019 r. Spółka zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt I sentencji decyzji.

(100) Zatem wydanie decyzji stwierdzającej zaniechanie stosowania praktyki na podstawie art. 27 ust. 1 ustawy okik w pkt I sentencji było uzasadnione.

#### **Podstawa prawna wydania decyzji w pkt II sentencji.**

(101) Zgodnie z art. 27 ust. 4 ustawy okik w przypadku wydania decyzji stwierdzającej zaniechanie stosowania praktyki, przepisy art. 26 ust. 2-4 stosuje się odpowiednio.

---

<sup>12</sup> Art. 26 ust.2 ustawy okik stanowi iż 1. „Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24”.





Natomiast art. 26 ust. 2 ustawy oik wskazuje, iż w decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 ustawy oik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.

### **Środki usunięcia trwających skutków naruszenia pkt II 1, 2 i 3 sentencji decyzji**

(102) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie II 1, 2 i 3 sentencji decyzji.

Prezes Urzędu, uznając w pkt I sentencji decyzji praktykę Spółki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, stwierdził zaniechanie jej stosowania, co nie oznacza jednocześnie, iż na rynku nie istnieją nadal negatywne skutki jej stosowania. W ocenie Prezesa UOKiK negatywne skutki stosowania praktyki dotyczą tych wszystkich konsumentów, którzy pod wpływem wprowadzających w błąd informacji podjęli decyzję o nabyciu lokali użytkowych lub też odstąpili od takiej decyzji. Trwające skutki praktyki dotyczą świadomości tych konsumentów, którzy nadal mogą mieć przeświadczenie, że nabyli lub planowali nabycie lokalu użytkowego w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, którego roczna stopa zwrotu wynosi 7 % lub 7,5% ceny nabycia. Mogli lub mogą nadal podejmować decyzje w oparciu o błędne przeświadczenie, w wyniku czego istnieje ryzyko doprowadzenia do negatywnych skutków w postaci niekorzystnego rozporządzenia ich mieniem. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał za właściwe przekazanie szerokiemu kręgowi odbiorców, oświadczenia oraz komunikatu o treści opisanej w pkt II 2 i 3 sentencji decyzji, w którym Spółka informuje, że stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe, które naruszały zbiorowe interesy konsumentów, informuje o skutkach wydania decyzji wobec konsumentów, a nadto załącza hipertączę (link) do decyzji Prezesa Urzędu w wersji jawnej. Ponadto Prezes UOKiK uznał za zasadne skierowanie indywidualnych pism do konsumentów (na podane adresy do korespondencji lub adresy e-mailowe), którzy nabyli lokale użytkowe w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów” zawierające oświadczenia Spółki o treści podanej w pkt II. 1 sentencji decyzji.

(103) Środki usunięcia skutków naruszenia określone w pkt II 1, 2 i 3 sentencji decyzji kierowane są zatem do otwartej grupy konsumentów, którzy mogli być, są lub byli kontrahentami Term Uniejów w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”. Polegają one na wysłaniu/zmieszczeniu Komunikatu i Oświadczenia o stosowanych przez Spółkę praktykach na stronie internetowej <https://www.aparthotel-termyuniejow.pl> oraz na portalu społecznościowym Facebook Spółki pod adresem: <https://www.facebook.com/AparthotelTermyUniejow/>, zawierających informację o treści decyzji i jej skutkach dla konsumentów, a także hipertączę (link) odsyłające do bazy decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl).

(104) Wskazać w tym miejscu należy, iż zgodnie z poglądem występującym w orzecznictwie prawomocna decyzja Prezesa UOKiK ma charakter prejudykatu przeciwko przedsiębiorcy, któremu zarzucany był czyn z zakresu praktyk ograniczających konkurencję (i odpowiednio praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w tym m. in. stwierdzającej



stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej) i może znacząco ułatwić dochodzenie roszczeń przez podmiot poszkodowany przed sądem cywilnym<sup>13</sup>

Jak zauważa się w doktrynie, „na zasadzie analogii do rozstrzygnięć dotyczących decyzji stwierdzających praktyki ograniczające konkurencję<sup>14</sup>, ostateczna decyzja uznająca praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów powinna być postrzegana jako rozstrzygnięcie wiążące sądy cywilne w ewentualnych postępowaniach cywilnych wytoczonych przez indywidualnych konsumentów, w celu uzyskania odszkodowania za szkody, poniesione przez nich wskutek stosowania przez danego przedsiębiorcę praktyki zakazanej przez art. 24 OchrKonkurU<sup>15</sup>”. Pogląd wyrażony przez A. Jurkowską-Gomułkę potwierdzony został w postanowieniu Sądu Najwyższego.<sup>16</sup> W uzasadnieniu do tego postanowienia, w kontekście nałożenia na przedsiębiorcę obowiązku publikacyjnego (przez co do konsumentów dociera informacja o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej), SN przywołał tezę z uchwały z 23.7.2008 r. wskazującą, że „ostateczna decyzja organu ochrony konsumentów stwierdzająca naruszenie OchrKonkurU jest dla sądu powszechnego wiążąca”. W doktrynie podkreśla się, że „SN uznał prejudycjalny charakter decyzji Prezesa UOKiK wydanej w sprawie praktyk naruszających zbiorowy interes konsumentów”<sup>17</sup>.

(105) Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana szerokiemu kręgowi odbiorców, co umożliwi zapoznanie się z treścią decyzji Prezesa Urzędu wszystkim uczestnikom rynku, zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom oraz pozwoli na pozyskanie informacji nie tylko o tym, jakie praktyki zostały zakwestionowane, ale także jakie motywy stoją za rozstrzygnięciem Prezesa Urzędu. Zdaniem Prezesa Urzędu konieczne jest skierowanie do konsumentów czytelnego i zrozumiałego komunikatu przy wykorzystaniu różnych kanałów komunikacji, który to komunikat wskaże konsumentom przedmiot rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu. Zastosowanie opisanych powyżej środków ma na celu usunięcie trwających skutków stosowania przez Spółkę praktyk, które negatywnie odbiły się na konsumentach, poprzez usunięcie naruszenia w warstwie informacyjnej. Chodzi więc o przekazanie wiedzy co do tego, w jaki sposób Spółka wprowadziła konsumentów w błąd, a w związku z tym każdy konsument będzie mógł wyliczyć jaka jest faktyczna stopa zwrotu z nabytego lub planowanego do nabycia lokalu użytkowego w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”. Trwające skutki praktyki dotyczą przede wszystkim świadomości tych konsumentów, którzy są właścicielami lokali użytkowych w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, którzy nie odliczyli kwoty vat od podatku dochodowego i nadal mogą mieć przeświadczenie, że otrzymują 7% lub 7,5% rocznie z zainwestowanego kapitału i w oparciu o to błędne przeświadczenie podejmują decyzje, w wyniku czego istnieje ryzyko doprowadzenia do negatywnych skutków w postaci niekorzystnego rozporządzenia ich mieniem.

<sup>13</sup> Vide: wyrok SN z 4 marca 2008 r., IV CSK 441/07; uchwała SN z 23 lipca 2008 r. III CZP 52/08; postanowienie SN z dnia 23 kwietnia 2015 r., sygn. III SK 61/14),.

<sup>14</sup> Zob. uchw. SN z 23 lipca 2008 r., III CZP 52/08, Legalis.

<sup>15</sup> A. Jurkowska-Gomułka, w: T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2014, s. 789, 795.

<sup>16</sup> Sygn., III SK 61/14, Legalis.

<sup>17</sup> Przywołane za A. Szafran, J. Ulański, Prejudycjalny charakter decyzji Prezesa UOKiK w indywidualnym sporze konsumenta z przedsiębiorcą, Warszawa 2017, s. 166-167.

(106) Określenie parametrów technicznych wystanego Komunikatu i Oświadczenia ma za zadanie zapewnić jego widoczność i czytelność na stronie internetowej Spółki oraz na profilu w mediach społecznościowych.

(107) Zakres nałożonego na Spółkę obowiązku jest proporcjonalny do jej możliwości i wagi stwierdzonego naruszenia. Jest to obowiązek, którego realizacja nie będzie dla Spółki uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji. W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II. sentencji decyzji.

**(108) Stanowisko Prezesa UOKiK wobec wniosku o wydanie decyzji zobowiązaniowej**

(109) Spółka złożyła wniosek o wydanie wobec niej decyzji na podstawie art. 28 ust.1 ustawy okik oraz złożyła zobowiązanie o treści wskazanej w pkt 12 uzasadnienia Decyzji. Prezes Urzędu zadecydował o nieprzyjęciu zobowiązania Spółki.

Wskazać należy, iż z treści art. 28 ust. 1 ustawy okik wynika, iż decyzja ta ma charakter fakultatywny i uznaniowy. W orzecznictwie utrwalił się bowiem pogląd, że wydanie decyzji zobowiązującej leży w granicach uznania administracyjnego, co oznacza, że to organ antymonopolowy decyduje, czy w wyniku prowadzonego postępowania wyda decyzję na podstawie 28 ustawy okik. Nawet więc w przypadku, gdy wszystkie przesłanki z art. 28 ust. 1 ustawy okik są spełnione, to podjęcie decyzji o ewentualnym zastosowaniu tego przepisu należy do dyskrecyjnej władzy organu<sup>18</sup>. W szczególności odmowa wydania decyzji zobowiązującej może mieć miejsce w przypadku, gdy waga oraz okoliczności naruszenia są na tyle istotne, że brak nałożenia kary pieniężnej byłby sprzeczny z interesem publicznym. Zasadność nałożenia kary pieniężnej w danej sprawie wyklucza możliwość zastosowania normy z art. 28 ustawy okik<sup>19</sup>.

(110) W ocenie Prezesa UOKiK, mając na uwadze całokształt okoliczności sprawy oraz wobec nieuznania przez Spółkę zarzutu stosowania praktyki wprowadzającej w błąd zasadne jest wydanie w sprawie niniejszej decyzji na podstawie art. 27 ust. 1 ustawy okik. Istnieje bowiem zagrożenie, iż Spółka w przyszłości również będzie stosowała tego typu praktyki. Waga naruszenia przemawia za tym, by decyzja uznająca stosowanie praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzająca zaniechanie stosowania tej praktyki została dodatkowo wsparta nałożoną na Spółkę karą pieniężną, która nie może być nałożona w przypadku wydania decyzji zobowiązaniowej. Ponadto, wdrożenie zaproponowanych przez Spółkę działań spowodowałoby możliwość usunięcia skutków praktyki jedynie w odniesieniu do pewnej grupy konsumentów, którzy nabyli lokale użytkowe od Spółki w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, co jest nieadekwatne do skali praktyki i jej potencjalnych skutków, które naruszają zbiorowy interes konsumentów. Jak wykazał Prezes UOKiK, negatywnymi skutkami praktyki dotknięty jest szerszy, nieograniczony krąg konsumentów, którzy potencjalnie byli zainteresowani ofertą Spółki. Gdyby wszyscy konsumenci, którzy zostali poszkodowani wskutek działań Spółki chcieli dochodzić od Spółki odszkodowania na drodze sądowej, to ich sytuacja procesowa w przypadku wydania decyzji zobowiązującej byłaby trudniejsza, niż w przypadku wydania decyzji uznającej stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (możliwość powołania się bowiem przed sądem na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK istnieje tylko wtedy, gdy Prezes UOKiK wyda decyzję

<sup>18</sup> Wyrok SA w Warszawie z dnia 8 stycznia 2016 r., sygn. akt VI ACa 1872/14, Legalis.

<sup>19</sup> Komentarz do art. 28 OchrKonkurU Mamczarek 2019, wyd. 1



stwierdzającą stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (lub zaniechanie jej stosowania). Natomiast w przypadku wydania decyzji zobowiązującej konsumentów do takiej możliwości, co powoduje, iż dochodząc swoich roszczeń muszą dodatkowo udowodnić przed sądem stosowanie przez Spółkę nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej ich w błąd. Mając powyższe na względzie, Prezes UOKiK nie przyjął zobowiązania Spółki.

### **Nałożenie kary pieniężnej (pkt III sentencji decyzji)**

(111) W dniu 20 maja 2023 roku w życie weszła nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadzona ustawą z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 852). Na mocy ww. ustawy zmieniono m.in. art. 106. Zgodnie z art. 13 ww. ustawy zmieniającej, do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu wszczęto przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe. W związku z powyższym kara pieniężna została obliczona na podstawie art. 106 ustawy okik w brzmieniu sprzed ww. nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

(112) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy okik.

(113) Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadza zasadę fakultatywności nakładania kar przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

(114) W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie wobec stwierdzenia naruszenia przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów w sposób opisany w pkt I sentencji decyzji zachodzą przesłanki do wymierzania kary pieniężnej z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Nałożenie kary pieniężnej służyć powinno jako środek odstrasżający od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karach ma również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku, na którym działa Spółka, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kary pieniężne spełniają również funkcję represyjną, to znaczy stanowią będą dolegliwością dla strony niniejszego postępowania uzasadnioną stwierdzeniem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

(115) Art. 106 ust. 3 ustawy okik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.

(116) Podstawę obliczenia wysokości kary w niniejszym postępowaniu stanowi obrót Spółki liczony jako suma przychodów netto wykazanych w rachunku zysków i strat (w tym: ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów - kwota [xxx] zł, pozostałych przychodów



operacyjnych - kwota [xxx] zł i przychodów finansowych - kwota [xxx] zł) osiągnięty w 2022 r., który wyniósł [xxx]. Uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 30 grudnia 2022 r., tj. 4,6899 zł, tak obliczony obrót Spółki stanowi po zaokrągleniu równowartość [xxx] zł euro. Obrót ten jest więc wyższy niż 100 000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na przedsiębiorcę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 i 6 tego przepisu.

(117) Zatem maksymalna kara pieniężna w odniesieniu do zarzuconej Spółce praktyki, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik wynosi [xxx].

(118) Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy okik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie.

(119) Ocena zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego wskazuje, zdaniem Prezesa UOKiK, na nieumyślne naruszenie przez Termy Uniejów zakazu określonego w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik. Brak jest w okolicznościach niniejszej sprawy dowodów, że Spółka miała świadomość podejmowania działań wprowadzających konsumentów w błąd, co do wysokości zysku osiąganego z inwestycji.

Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyka spowodowana była niezachowaniem przez Spółkę należytego stopnia ostrożności oraz niedołożeniem wystarczających starań w dostosowaniu swojej działalności do obowiązującego porządku prawnego, co przemawia za uznaniem nieumyślnego charakteru naruszenia.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że została spełniona wstępna przesłanka warunkująca możliwość nałożenia kary.

(120) Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie o wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który, decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną (penalną), jak i prewencyjną (dyscyplinującą) oraz wychowawczą (edukacyjną). Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy okik, wysokość nakładanej kary pieniężnej ustalana jest z uwzględnieniem w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzedniego naruszenia, a także okresu, stopnia i skutków rynkowych naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia.

(121) Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy okik, 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.

(122) Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy okik 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.

### **Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji**

(123) Ustalając wysokość kary pieniężnej, o której mowa w pkt. III sentencji decyzji, Prezes UOKiK uwzględnił przede wszystkim ujawnione w toku niniejszego postępowania okoliczności skutkujące naruszeniem przepisów ustawy okik oraz okres ich stosowania.

### **Okoliczności naruszenia przepisów ustawy**

(124) Okoliczności naruszenia zostały już szczegółowo opisane w poprzedniej części uzasadnienia niniejszej decyzji. W tym miejscu przypomnieć należy, iż Termy Uniejów jako komunalna spółka gminna (udziałowcem jest Gmina i Miasto Uniejów) wybudowała w ramach istniejącego już kompleksu hotelowo - rekreacyjnego i oddała do użytku w 2019r. „Aparthotel Termy Uniejów”. W odniesieniu do tej inwestycji Spółka oferowała nieograniczonemu kręgowi potencjalnych nabywców możliwość zakupu lokali użytkowych wraz z udziałami w częściach wspólnych w celu inwestycyjnym. Po zakupie lokali przez inwestorów były one podnajmowane najemcom chętnym do skorzystania z oferty ww. kompleksu. Termy Uniejów od 2017 r. prowadziły szeroko zakrojoną akcję reklamową dotyczącą oferty nabycia ww. lokali użytkowych za pomocą różnych mediów, które przekazywały potencjalnym nabywcom informację o gwarantowanej 7% lub 7,5% stopie zwrotu z inwestycji, nie informując konsumentów, że tak podana wysokość stopy zysku obliczona została na podstawie ceny netto nabycia lokalu. Informacja o takiej samej treści zamieszczona została w „Umowie rezerwacyjnej” oraz „Umowie o nabycie lokalu”, które podpisywane były z nabywcami lokali przed podpisaniem umowy ostatecznej nabycia lokalu w formie aktu notarialnego. W ocenie Prezesa UOKiK dostęp konsumentów do informacji, że oferowana stopa zysku liczona jest od ceny netto lokalu, nie była łatwo dostępna dla przeciętnego konsumenta, podobnie jak informacja o dodatkowych kosztach nabycia lokalu naliczonych przez notariusza skutkujących podwyższeniem ceny, zaś niewątpliwie to Spółka ponosi odpowiedzialność za jakość istotnych informacji przekazywanych potencjalnym nabywcom lokali na etapie przed zawarciem umowy. Tym samym Spółka ponosi odpowiedzialność za przekazywanie nieprawdziwych informacji o wysokości rocznej stopy zysku z inwestycji, tj. wartości wyliczonej w oparciu o cenę netto nabycia lokalu i bez kosztów zawarcia umowy nabycia obciążających nabywców, co stanowi informację wprowadzającą konsumentów w błąd, co do wysokości stopy zysku - zawyżonej w stosunku do kosztów i przychodów inwestora wiążących się z inwestycją określoną w umowie.

### **Uprzednie naruszenie przepisów ustawy okik (art. 111 ust. 1 ustawy okik)**

(125) Prezes Urzędu stwierdził, że w sprawie nie występuje przesłanka uprzedniego naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

### **Okres stosowania zarzucanej praktyki**

(126) Prezes Urzędu wzięt również pod uwagę okres stosowania praktyki - co najmniej od 2017 r. do sierpnia 2019 r. W związku z powyższym, okres stosowania praktyki należy uznać za długotrwały.



## Stopień i skutki rynkowe naruszenia

(127) Naruszenie opisane w pkt I sentencji niniejszej decyzji może powodować daleko idące, niekorzystne skutki rynkowe dla interesów konsumentów. Spółka, stosując praktykę opisaną w pkt. I. sentencji decyzji, stawiała konsumentów w zdecydowanie gorszej pozycji, bowiem wyrabiała w nich fałszywe przekonanie, co do finansowej atrakcyjności inwestycji w lokale użytkowe w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, co mogło mieć wpływ na podjęcie przez nich decyzji o ich zakupie. Takie działanie dotyczące korzyści związanych z nabyciem produktu (w tym przypadku lokalu użytkowego), mogło wprowadzać konsumentów w błąd. Na podstawie informacji zawartych w materiałach promocyjnych stosowanych przez Spółkę, przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której mógłby nie podjąć, gdyby wiedział, że gwarantowany i wypłacony mu zysk z najmu będzie liczony od wartości zapłaconej przez niego ceny lokalu netto. Jak bowiem wykazano w treści decyzji, różnica w wysokości ponad 1 punktu procentowego w odniesieniu do faktycznie oferowanej stopy zysku z inwestycji ( $7,5 - 6,09 = 1,41$  lub  $7,5 - 6,04 = 1,46$ ) może mieć duże znaczenie dla konsumentów szukających atrakcyjniejszych form ulokowania środków, niż lokaty bankowe. Prezentowana przez Spółkę informacja o gwarantowanej stopie zysku mogła wydawać się przez to potencjalnym nabywcom lokali użytkowych nabywanych w celach inwestycyjnych bardziej korzystna, niż konkurencyjne oferty innych przedsiębiorców oferujących lokale użytkowe na wynajem, ale wyliczających stopę zysku od ceny brutto lokalu, co finalnie mogło skutkować inwestowaniem przez konsumentów w inwestycję, której konsument nie wybrałby, gdyby posiadał przed podjęciem decyzji o zakupie wiedzę, że gwarantowana przez Spółkę stopa zwrotu wyliczona została od ceny netto lokalu.

Nabywcy lokali, w tym konsumenci mogli oczekiwać od profesjonalnego podmiotu, który przedstawia im swoją ofertę - profesjonalizmu, doświadczenia a przede wszystkim rzetelności. W szczególności konsumenci mają prawo domagać się od Spółki przestrzegania zasad uczciwości kontraktowej, która przejawia się w równorzędnym i sprawiedliwym uregulowaniu praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy.

Zdaniem Prezesa Urzędu w realiach niniejszej sprawy - zasady uczciwości kontraktowej zostały zaburzone, co nie pozostaje bez wpływu na negatywne skutki rynkowe omawianego naruszenia.

(128) Oceniając stopień szkodliwości tej praktyki należy uwzględnić, że narusza ona bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Wprowadzony w błąd konsument wskutek działań Spółki może odczuwać rozczarowanie, frustrację i niezadowolenie w związku z zawartą umową - narażone na uszczerbek są więc niemajątkowe interesy konsumentów. Zaznaczyć należy, iż konsumenci wprowadzani w błąd w zakresie wysokości stopy zysku z inwestycji mogliby korzystniej ulokować swoje środki pieniężne. W konsekwencji, pod wpływem zabiegów marketingowych Spółki mogły zostać narażone interesy majątkowe konsumentów, a zatem uszczerbku mogła doznać sfera uznana za wrażliwą.

Wziąć pod uwagę należy to, że zakwestionowaną praktyką mogła dotknąć wszystkich konsumentów zainteresowanych nabyciem lokali użytkowych w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, zatem zarówno tych, którzy zawarli ze Spółką umowy nabycia lokalu, jak i tych, którzy takich umów nie zawarli, choć potencjalnie byli nimi zainteresowani. Kraj



konsumentów, który mógł być dotknięty przedmiotową praktyką był więc szeroki i nieograniczony.

Ocena okoliczności stopnia naruszenia, dokonana zgodnie z art. 111 ustawy okik, prowadzi do wniosku, że naruszenie godzi w interesy konsumentów głównie na etapie przedkontraktowym, tj. wtedy gdy konsument podejmuje decyzję o zawarciu umowy. Przy analizie stopnia szkodliwości oraz skutków rynkowych naruszenia Prezes UOKiK wziął pod uwagę również fakt długiego okresu stosowania praktyki. Nie mniej, wziąć należy również pod uwagę, iż naruszenie dotyczy tylko jednej inwestycji, która polegała na wybudowaniu i sprzedaży [xxx] lokali użytkowych, co świadczy o tym, że praktyka nie miała zasięgu ogólnokrajowego. Z jednej strony dobra nabywane przez konsumentów w celach inwestycyjnych nie wydają się należeć do sfery dóbr materialnych zaspakajających podstawowe potrzeby konsumentów, z drugiej jednak inwestycja dotyczy tak wrażliwej sfery jak finanse i oszczędności, co jest jednym z podstawowych filarów budowania bezpieczeństwa finansowego, a zatem zaspokaja podstawowe potrzeby konsumentów.

(129) Z powyższych względów, Prezes Urzędu mając na uwadze ocenę stopnia naruszenia stwierdził, iż jest ona szkodliwa w stopniu umiarkowanym.

(130) W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności oraz okres stosowania praktyki przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [xxx] obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku 2022, tj. [xxx].

(131) W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności łagodzące bądź obciążające mogące mieć wpływ na ustaloną wyżej wysokość kwoty bazowej.

#### **Okoliczności obciążające**

(132) Prezes Urzędu nie dopatrył się w niniejszej sprawie okoliczności obciążających, tj. podwyższających wymiar kwoty bazowej.

#### **Okoliczności łagodzące**

(133) Przedmiotowa praktyka została zaniechana z dniem 1 sierpnia 2019 r., co nie wynikało z dobrowolnego zaniechania jej stosowania przez Spółkę, ale z faktu, iż z tą datą Spółka sprzedała ostatni lokal w inwestycji „Aparthotel Termy Uniejów”, co oznacza iż po tej dacie nie prowadziła już działań nakierowanych na ich oferowanie i sprzedaż. Nie mniej jednak okoliczność zaniechania stosowania praktyki skutkować będzie obniżeniem kary pieniężnej o 10 %, co daje kwotę 80 165,50 zł.

(134) Ustalona w tej sposób kwota 80 165,50 zł, która po zaokrągleniu wynosi 80 166 zł (słownie: osiemdziesiąt tysięcy sto sześćdziesiąt sześć złotych) stanowi karę pieniężną nałożoną na Termy Uniejów. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik i jednocześnie stanowi [xxx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. czyli [xxx] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na Spółkę.

(135) 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 ich walor wychowawczy, odstraszający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

(136) Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji.

(137) Zgodnie z art. 112 ust. 2 i 3 ustawy okik, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej Decyzji na rzecz Prezesa Urzędu na rachunek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa

51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

#### **Podstawa prawna rozstrzygnięcia w pkt IV sentencji decyzji (umorzenie postępowania)**

(138) Prezes UOKiK orzekł w pkt IV sentencji decyzji o umorzeniu postępowania w sprawie o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, wszczętego wobec Spółki w związku z praktyką, polegającą na określaniu w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, ceny sprzedaży lokalu, jako ceny netto, co może naruszać art. 8 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287), poprzez naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy okik.

(139) Zgodnie z art. 105 ustawy okik nie wszczyna się postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania, upłynęły 3 lata.

Natomiast zgodnie z art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 775 - dalej jako k.p.a.) „Gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części”.

(140) Według wyjaśnień Spółki złożonych po wszczęciu postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez Termy Uniejów ostatnia „Umowa rezerwacyjna” została zawarta w dniu 8 grudnia 2017 r. Trzyletni okres, o którym mowa w art. 105 ustawy okik upłynął zatem z dniem 31 grudnia 2020 r. Postępowanie w sprawie o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” Sp. z o.o. w Uniejowie z siedzibą w Uniejowie w odniesieniu ww. praktyk wszczęte zostało natomiast w dniu 11 maja 2022r. - zatem po upływie ww. terminu. Oznacza to, iż w ww. zakresie wszczęcie postępowania nastąpiło po upływie terminu przedawnienia, o czym Prezes UOKiK powziął informacje już po wszczęciu postępowania o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez Termy Uniejów.

(141) Z tej przyczyny na podstawie art. 105 § 1 kpa w związku z art. 83 oraz w związku z art. 105 ustawy okik należało umorzyć postępowanie prowadzone wobec Term Uniejów w odniesieniu do zarzutu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, poprzez określanie w treści umów o nazwie: „Umowa rezerwacyjna”, związanych z nabyciem lokalu użytkowego w inwestycji o nazwie „ApartHotel Termy Uniejów”, ceny sprzedaży lokalu, jako ceny netto, wbrew treści art. 8 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287).



## Rozstrzygnięcie o kosztach postępowania w pkt V sentencji decyzji

(142) Zgodnie z art. 80 ustawy okik Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast w myśl art. 77 ust. 1 ustawy okik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Ponadto, 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.

(143) Postępowanie w sprawie o naruszenia przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów ustawy okik. Kosztami postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa UOKiK ze stroną, przy czym Prezes Urzędu wziął pod uwagę wydatki na korespondencję poniesione wyłącznie w postępowaniu administracyjnym zakończonym wydaniem niniejszej decyzji. Spółka została już bowiem obciążona wydatkami poniesionymi przez Prezesa Urzędu na korespondencję w postępowaniu wyjaśniającym RLU.405. 7.2019.MS w decyzji RLU nr 3/2023 z dnia 12 października 2023 r.

(144) W związku z tym postanowiono obciążyć Spółkę w pkt V sentencji decyzji kosztami postępowania w wysokości 53 zł złote (słownie: pięćdziesiąt trzy złote).

(145) Koszty niniejszego postępowania Spółka obowiązana jest wpłacić na rachunek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

(146) Mając na uwadze powyższe, Prezes UOKiK orzekł jak w pkt V niniejszej decyzji.

### Pouczenie:

Zgodnie z art. 81 ust. 1 ustawy okik w zw. z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 1550 - dalej jako k.p.c.), 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 w Lublinie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 81 ust. 5 ustawy okik w zw. z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 k.p.c., należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury w Lublinie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2022 r. poz. 1125 dalej: „ukssc”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1 000 zł. Natomiast zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust 2 ukssc zażalenie





na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 ukssc Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ukssc 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 i § 3-4 k.p.c. strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu  
Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury w Lublinie  
Barbara Pawlak

Otrzymuje:

pełnomocnik

Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej „Termy Uniejów” sp. z o.o. w Uniejowie  
z siedzibą w Uniejowie