



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

Poznań, dnia 25 lipca 2022 r.

RPZ.610.3.2022.PG

DECYZJA Nr RPZ 7/2022

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r. (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Farma Mleka spółki akcyjnej z siedzibą w Poznaniu (dalej również: „Spółka” lub „Przedsiębiorca”)** polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych Spółki - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się Spółka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:
- bieżących planów inwestycyjnych Spółki oraz
 - skali prowadzonej przez nią działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi,
- co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070), a tym samym narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i **nakazuje zaniechanie jej stosowania,**
- II. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nadaje decyzji w zakresie pkt I sentencji rygor natychmiastowej wykonalności,**
- III. na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Farma Mleka spółkę akcyjną z siedzibą w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyki stwierdzonej w pkt I niniejszej decyzji,** w postaci obowiązku opublikowania na oficjalnej stronie internetowej Spółki (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa znajdująca się pod adresem www.farmamleka.pl), w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, oświadczenia o treści:

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 7/2022, uznał



za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Farma Mleka spółki akcyjnej z siedzibą w Poznaniu polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych Spółki - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się Spółka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- bieżących planów inwestycyjnych Spółki oraz
- skali prowadzonej przez nią działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070). Treść decyzji nr RPZ 8/2021 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl;

w ten sposób, że ww. oświadczenie powinno zostać umieszczone na stronie głównej i być utrzymywane przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej oraz powinno być:

- a) napisane z zastosowaniem czarnej czcionki (kod szesnastkowy RGB -#000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),
- b) zamieszczone w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 1150 px x 350 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z zachowaniem marginesu co najmniej 10 px pomiędzy tekstem a ramką,
- c) zamieszczone w górnej części strony głównej domeny www.farmamleka.pl z możliwością zamknięcia informacji przez użytkownika,
- d) widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie,
- e) zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres www.farmamleka.pl , w przypadku zmiany adresu strony internetowej Spółki,
- f) opublikowane przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej, w przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem.

IV. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Farma Mleka spółkę akcyjną z siedzibą w Poznaniu środek usunięcia trwających skutków praktyki stwierdzonej w pkt I niniejszej decyzji, w postaci obowiązku zamieszczenia w serwisie Facebook, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, komunikatu o treści (dalej: „komunikat”):**

Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 25 lipca 2022 r., nr RPZ 7/2022 #Farma Mleka informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

#FarmaMleka otrzymała karę pieniężną za stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach

internetowych #FarmaMleka - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się #Farma Mleka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- bieżących planów inwestycyjnych #Farma Mleka oraz
- skali prowadzonej przez #FarmaMleka działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi. #wprowadzeniewbłąd #nieuczciwepraktykirynkowe

Szczegółowe informacje na temat praktyki #FarmaMleka dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr RPZ 7/2022 z dnia 25 lipca 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl];

w ten sposób, że ww. Komunikat Spółka opublikuje na swój koszt, na publicznie dostępnym profilu Spółki w serwisie Facebook (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem www.facebook.pl) w ten sposób, że:

- a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnym profilu Spółki prowadzonym w języku polskim (na dzień wydania decyzji profil ten jest dostępny pod adresem www.facebook.com/FarmaMleka) przez okres 3 (trzech) miesięcy od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,
 - b) komunikat 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),
 - c) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,
 - d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Facebook,
 - e) w przypadku zmiany profilu Spółki do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook prowadzonym przez Spółkę,
 - f) w przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.
- V. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Farma Mleka spółkę akcyjną z siedzibą w Poznaniu** w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 45.994,00 zł (słownie: czterdzieści pięć tysięcy dziewięćset dziewięćdziesiąt cztery złote), płatną do budżetu państwa,
- VI. Na podstawie art. 106b ust. 1 i 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Michała Mierzejewskiego - Prezesa jednoosobowego Zarządu Farma Mleka spółki akcyjnej z siedzibą w Poznaniu** w związku z umyślnym

dopuszczeniem do naruszenia przez ww. Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 60.000,00 zł (słownie: sześćdziesiąt tysięcy złotych),** płatną do budżetu państwa,

- VII. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021r. poz. 735 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża Farma Mleka spółkę akcyjną z siedzibą w Poznaniu** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 79,30 zł (słownie: siedemdziesiąt dziewięć złotych 30/100) oraz zobowiązuje tego Przedsiębiorcę do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

W związku z doniesieniami prasowymi o możliwych nieprawidłowościach w zakresie oferowanej przez Spółkę inwestycji w produkcję mleka krowiego oraz informacjami uzyskanymi bezpośrednio od Spółki w ramach czynności podjętych w sprawie RPZ.641.2.2021.PG, postanowieniem z dnia 26 marca 2021 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania Spółki oraz podmiotów z nią powiązanych związane z ofertą inwestycji w produkcję mleka krowiego, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275 - dalej: u.o.k.k.).

W ramach wskazanego postępowania wyjaśniającego, w dniu 10 czerwca 2021 r. wszczęto w Spółce kontrolę, w toku której pracownicy UOKiK podjęli czynności zmierzające do zawarcia umowy dotyczącej oferowanej przez Spółkę inwestycji w produkcję mleka krowiego, w tym w dniu 15 czerwca 2021 r. pracownik Urzędu wziął udział w jednym z webinarów organizowanych przez Spółkę.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 5 kwietnia 2022 r., postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych Spółki - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się Spółka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- bieżących planów inwestycyjnych Spółki oraz
- skali prowadzonej przez nią działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi,

co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a tym samym mogło naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów a także przeciwko

Michałowi Mierzejewskiemu - Prezesowi jednoosobowego Zarządu Spółki (dalej: Prezes Zarządu) w sprawie nałożenia kary pieniężnej za umyślne dopuszczenie do naruszenia przez Spółkę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k., w zakresie wskazanym w tym postanowieniu.

Spółka i Prezes Zarządu zostali zawiadomieni o wszczęciu postępowania pismem z dnia 5 kwietnia 2022 r. Pismem tym Spółka została również wezwana do udzielenia informacji o uzyskanym w latach 2020-2021 obrocie oraz do wskazania czy w latach 2020-2022 Prezes Zarządu był zatrudniony w Spółce. [usunięto]. Nadto, do pisma Spółka załączyła rachunek zysków i strat za 2020 r. Do kolejnego pisma z dnia 20 maja 2022 r. Spółka załączyła rachunek zysków i strat za 2021 r.

Spółka w kierowanej do urzędu korespondencji w żaden sposób nie ustosunkowała się do postawionego jej zarzutu. Do zarzutu nie ustosunkował się również Prezes Zarządu Spółki.

Pismem z dnia 13 lipca 2022 r. Spółka oraz Prezes Zarządu zostali zawiadomieni o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu. W piśmie tym został im wyznaczony siedmiodniowy termin na zapoznanie się z aktami sprawy oraz na złożenie dodatkowych wyjaśnień w sprawie. Do dnia wydania decyzji w niniejszej sprawie Prezes Zarządu oraz Spółka nie ustosunkowali się jednak w żaden sposób do postawionego zarzutu.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Ze zgromadzonych informacji wynika, że Spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod nr 0000388931 jeszcze w 2011 r. i do września 2020 r. funkcjonowała pod firmą Belwo S.A. Spółka faktycznie nie prowadziła działalności od 2013 r., co wynika z dokumentów finansowych opublikowanych na stronie Ministerstwa Sprawiedliwości. Spółka formalnie wznowiła działalność 3 września 2019 r., lecz faktycznie podjęła ją dopiero we wrześniu 2020 r. Do września 2020 r. głównym przedmiotem prowadzonej działalności gospodarczej Spółki wskazanym w KRS była realizacja projektów budowlanych.

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Spółki, k. 207-210 akt adm.; wydruki dokumentów finansowych spółki opublikowanych na stronach Ministerstwa Sprawiedliwości, k. 199-206 akt adm.).

Opisany stan uległ zmianie we wrześniu 2020 r., kiedy to w KRS pojawiła się wzmianka o nabyciu wszystkich akcji spółki przez Michała Mierzejewskiego, który został również Prezesem jednoosobowego Zarządu Spółki (dalej: Prezes Zarządu). Równocześnie, Spółka wyemitowała dodatkowe 440 akcji po 1000 zł każda, przy tym akcje pierwszej emisji zostały uprzywilejowane (na każdą ze 100 akcji pierwszej emisji przypadają dwa głosy). We wrześniu 2020 r. w KRS odnotowano również zmianę przedmiotu wykonywanej przez Spółkę działalności gospodarczej na chów i hodowlę bydła mlecznego.

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Spółki, k. 207-210 akt adm.)

Po przebranzowaniu, Spółka rozpoczęła akcję marketingową dotyczącą inwestycji w produkcję mleka krowiego z gwarantowanym zyskiem sięgającym 16 % rocznie. Z doniesień prasowych oraz informacji pozyskanych przez Prezesa Urzędu w toku czynności poprzedzających wszczęcie postępowania wyjaśniającego wynikało, że potencjalna inwestycja polegała na zawarciu przez konsumenta-inwestora ze Spółką celowej umowy

pożyczki (na zakup bydła mlecznego), a suma odsetek oraz prowizji sięgała aż 16 %. Spółka pierwotnie oznaczyła przy tym próg wejścia (minimalną kwotę inwestycji) na kwotę 7.500 zł, co miało być związane z ceną jednej sztuki bydła. Zyski inwestora miały jednocześnie wynikać z osiąganych przez Spółkę przychodów ze sprzedaży mleka. Wspomniane przychody miały przy tym nie tylko wystarczyć na utrzymanie krów, ale również generować zysk i to zarówno po stronie rolnika, któremu Spółka miała powierzyć chów krowy, Spółki, jak i konsumenta.

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 221-240 akt adm.; wydruki artykułów prasowych, k. 28-36 akt adm.)

Oferta kierowana do inwestorów na dalszym etapie prowadzenia przez Spółkę działalności ulegała zmianie. Z informacji zamieszczonych na stronach internetowych Spółki www.farmamleka.pl oraz www.krowka.madrerorozwiązania.eu wynika, że w kwietniu 2021 r. oferta przewidywała minimalną kwotę inwestycji w wysokości 8.500 zł oraz zyski na maksymalnym poziomie 12%. Z kolei, w toku webinaru w dniu 15 czerwca 2021 r. Prezes Zarządu Spółki oferował inwestycję przy zyskach na poziomie od 9 % do 16 % (minimalna kwota inwestycji pozostała bez zmian, natomiast wysokość oprocentowania pożyczki była uzależniana od zainwestowanej kwoty - wraz ze wzrostem kwoty inwestycji, miało rosnąć oprocentowanie).

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 11-27, 37-47 akt adm.; nagranie webinaru, k. 97 akt adm.; wydruki korespondencji elektronicznej z Prezesem Zarządu wraz z załącznikami, k. 74-95 akt adm.)

Spółka w folderach informacyjnych oraz na stronach internetowych informuje potencjalnych inwestorów o swojej sytuacji gospodarczej oraz planach inwestycyjnych. Na stronie internetowej www.farmamleka.pl w styczniu 2021 r. można było odnaleźć informację, że Spółka do końca 2025 r. planowała mieć portfel 50 gospodarstw rolno-handlowych specjalizujących się w hodowli bydła, którym łącznie powierzy do hodowli 7.500 sztuk bydła mlecznego oraz 5.000 sztuk bydła opasowego. Powoływała się wówczas na współpracę z 5 gospodarstwami rolnymi. Na tej samej stronie internetowej w kwietniu 2021 r. zamieszczono informację, że do końca 2025 r. Spółka w ramach planowanego portfela 50 gospodarstw rolnych planuje powierzyć do hodowli aż 10.000 sztuk bydła mlecznego (brak informacji o bydło opasowym). W kwietniu 2021 r. Spółka nie zamieszczała już danych dotyczących współpracujących ze Spółką gospodarstw rolnych.

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 11-27, 37-47, 221-240 akt adm.; wydruki korespondencji elektronicznej z Prezesem Zarządu wraz z załącznikami, k. 74-95 akt adm.)

Analizując treści zawarte na profilu Facebookowym Spółki zauważyć można, że Spółka jeszcze w październiku 2020 r. chwaliła się zakupem na potrzeby realizowanej inwestycji łącznie aż 100 sztuk krów mlecznych.

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 37-40 akt adm.)

Na stronie internetowej krowkamodernizowana.eu (stan na kwiecień 2021 r.) Spółka zapewniała o bezpieczeństwie promowanej inwestycji. Wskazywała m.in., że posiada umowy z mleczarniami oraz umowy zbytu krów, a gospodarstwa, w które inwestuje są ubezpieczone. Szczegółowych informacji można było przy tym zasięgnąć pobierając folder informacyjny o następującej treści:

PARTNER HANDLOWY **Klub Przedsiębiorców**

Mądre Rozwiązania

DANE SPÓŁKI

FARMA Mleka SA
 ul. Młyńska 5/9, 61-729 Poznań
 NIP 7842481475
 REGON 301774697
 KRS 0000388931
www.farmamleka.pl

Centrala Warszawa
 ul. Grzybowska 62
 00-132 Warszawa
 tel. 691 809 112, 506 478 077
 e-mail: mierzewski@farmamleka.pl
 biuro@farmamleka.pl

Farma Mleka

SPÓŁKA AKCYJNA

A czy Ty chcesz zarabiać 12% na produkcji polskiego mleka?

O FIRMIE

Farma Mleka skupia się na dostarczaniu krów mlecznych wysokowydajnych HF do produkcji mleka w kooperacji z polskimi gospodarstwami rolnymi, będącymi w restrukturyzacji.

Prezesa spółki jest Michał Mierzewski, który posiada ponad 15-letnie doświadczenie w branży finansowej i doradczej. Kapitał zakładowy to 540 000 PLN na wrzesień 2020. Siedzibą spółki jest Poznań, ze względu na lokalizację gospodarstw w woj. wielkopolskim. Pierwsze 5 gospodarstw jest zlokalizowanych pomiędzy Piłą, Bydgoszczą, a Poznaniem, około godziny drogi od centrum Poznania.

MISJA FIRMY

Misją firmy jest bezpieczne lokowanie środków spółki w strategiczne sektory gospodarki, dające ponadprzeciętną stopę zwrotu, przy jednoczesnym ograniczeniu ryzyka do minimum i perspektywą inwestycji na dekady. Takie kryteria spełnia m.in. produkcja mleka, zabezpieczona kontraktami długoterminowymi

NA CZYM POLEGA BIZNES FIRMY?

Farma Mleka SA pełni funkcje głównego inwestora w każdym z gospodarstw rolnych w sanacji (restrukturyzacji). Gospodarstwa te posiadają infrastrukturę: czyli ziemię, budynki i urządzenia niezbędne do prowadzenia działalności jaką jest produkcja mleka, ale nie posiadają wystarczającej ilości krów. Spółka kupuje wysoko wydajne krowy mleczne rasy HF. W ramach konsorcjum z rolnikami, krowy są karmione i dojone, a mleko odbierane jest przez Spółdzielnię Mleczarską, która rozlicza się miesięcznie z Farmą Mleka SA. Środki uzyskane z produkcji mleka są przelewane przez spółkę do inwestorów również co miesiąc.

JAKA STOPA ZWROTU?

Inwestor otrzymuje 12 % w skali roku, a odsetki wypłacane są co miesiąc. Minimalna kwota inwestycji to 8 500 PLN, a maksymalna to 20 000 000 PLN. Okres inwestycji wynosi 12 miesięcy. Inwestor może przedłużyć ten okres.

INWESTYCJA	42 500 PLN	85 000 PLN	212 500 PLN	425 000 PLN	850 000 PLN
	zakup 5 krów	zakup 10 krów	zakup 25 krów	zakup 50 krów	zakup 100 krów
ZYSK MIESIĘCZNY	425 PLN	850 PLN	2 125 PLN	4 250 PLN	8 500 PLN
ZYSK ROCZNY	5100 PLN	10 200 PLN	25 500 PLN	51 000 PLN	102 000 PLN

ZABEZPIECZENIA

- Ubezpieczenie gospodarstwa od różnych czynników, takich jak pożar, gradobicie, tornada, choroby krów, etc.
- Umowy zbytu krów z gospodarstwami rolnymi
- Umowy z mleczarniami na zbył mleka
- Sanacja gospodarstw w okresie min. 2 lat
- Rosnący popyt na produkty mleczne na świecie,
- Wzrost cen mleka prognozowany przez UE w kolejnych latach

PLANOWANY ROZWÓJ FIRMY

Do 30.12.2020 roku spółka planuje współpracę i umowy z 5 gospodarstwami. Koniec i kwartału 2021r to 1600 krów na gospodarstwach. W czerwcu 2021 roku to 3 000 szt bytła mlecznego i ponad 12 rolników w kooperacji. Docelowo spółka planuje w ciągu max 3 do 4 lat, zostać inwestorem głównym w około 50 gospodarstwach rolnych, posiadając w nich ponad 12 000 krów o wartości ponad 80 000 000 PLN. Kolejnym krokiem firmy to zakup własnej Mleczarni oraz możliwość eksportu mleka.

JAK PODPISZAĆ UMOWĘ?

Umowę można podpisać na kilka sposobów:

- Na spotkaniach informacyjnych i Klubie Przedsiębiorców, w 6 miastach: Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu oraz w jednym z biur w Katowicach, Krakowie, i Warszawie.
- Przesłanie umowy kurierem DHL/ GLS

Jeśli szukasz ponadprzeciętnych miesięcznych zysków! Zapraszamy do współpracy.

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 41-47 akt adm.)

Prezes Urzędu ustalił, że za pośrednictwem stron internetowych Spółki, potencjalni inwestorzy mogą zapisywać się na webinary prowadzone przez Prezesa Zarządu. W toku tych spotkań przedstawiane są plany inwestycyjne Spółki oraz jej aktualna sytuacja gospodarcza.

(Dowód: wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 41-47 akt adm.)

W toku webinaru prowadzonego w dniu 15 czerwca 2021 r. Prezes Zarządu wskazał, że Spółka współpracuje z siedmioma gospodarstwami rolnymi z województwa wielkopolskiego, łódzkiego, mazowieckiego i lubelskiego i jest w trakcie rozmów z kolejnymi gospodarstwami rolnymi, z którymi ma zamiar podjąć współpracę. Wskazywał, że Spółka posiada niecałe

7

300 sztuk bydła mlecznego, przy czym w krótkim okresie jest w stanie znacząco zwiększyć liczebność swoich stad (w krótkim okresie może zwiększyć je o 1.600 sztuk).

Prezes Zarządu zarysowując plany biznesowe Spółki wyjaśnił, że do końca IV kwartału 2021 r. Spółka zamierza podjąć współpracę z 12 gospodarstwami na 2400-3000 krów. Zaznaczył, że w terminie maksymalnie 3 do 4 lat Spółka planuje współpracować z 50 gospodarstwami i posiadać łącznie 10.000 sztuk bydła. Wspomniał także, że Spółka rozważa docelowo zakup własnej mleczarni.

W toku webinaru Prezes Zarządu podkreślał bezpieczny charakter proponowanej inwestycji. Wskazywał przy tym, że gospodarstwa, z którymi Spółka współpracuje, są ubezpieczone. Spółka posiada umowy z mleczarniami na zbyt mleka (tutaj doprecyzował, że dopiero w lipcu Spółka podpisze tego rodzaju umowy bezpośrednio, tj. z pominięciem gospodarstw rolnych) oraz umowy zbytu krów.

(Dowód: nagranie webinaru, k. 97 akt adm.)

W związku z udziałem w webinarze z dnia 15 czerwca 2021 r. jego uczestnicy otrzymali drogą elektroniczną folder informacyjny o następującej treści:

DANE SPÓŁKI
FARMA Mleka SA
ul. Młyńska 5/9 , 61-729 Poznań
NIP 7842481475
REGON 301774697
KRS 0000388931
www.farmamleka.pl

Centrala Warszawa
ul. Grzybowska 62
00-132 Warszawa
tel. 506 478 077, 506 479 165
tel. 22 25 297 06
biuro@farmamleka.pl

Współpraca:
Osm Łowicz
Osm Skierniewice

Partner:
Klub Przedsiębiorczości

Farma Mleka
SPÓŁKA AKCYJNA

A czy Ty chcesz zarabiać 9%
na produkcji polskiego mleka?

O FIRMIE

Farma Mleka skupia się na dostarczaniu krów mlecznych wysokowydajnych HF do produkcji mleka w kooperacji z polskimi gospodarstwami rolnymi. Prezesem spółki jest Michał Mierzejewski, który posiada ponad 15-letnie doświadczenie w branży finansowej i doradczej. Kapitał zakładowy to 540 000 PLN na wrzesień 2020. Siedzibą spółki jest Poznań. Współpracujemy z gospodarstwami w województwach: wielkopolskim, łódzkim i mazowieckim.

MISJA FIRMY

Misją firmy jest bezpieczne lokowanie środków spółki w strategiczne sektory gospodarki, dające ponadprzeciętną stopę zwrotu, przy jednoczesnym ograniczeniu ryzyka do minimum i perspektywą inwestycji na dekady. Takie kryteria spełnia m.in. produkcja mleka, zabezpieczona kontraktami długoterminowymi.

NA CZYM POLEGA BIZNES FIRMY?

Farma Mleka SA pełni funkcje głównego inwestora w każdym z gospodarstw rolnych. Gospodarstwa te posiadają infrastrukturę: czyli ziemię, budynki i urządzenia niezbędne do prowadzenia działalności jaką jest produkcja mleka, ale nie posiadają wystarczającej ilości krów. Spółka kupuje wysoko wydajne krowy mleczne rasy HF. W ramach konsorcjum z rolnikami, krowy są karmione i dojone, a mleko odbierane jest przez Spółdzielnię Mleczarską, która rozlicza się miesięcznie z Farmą Mleka SA. Środki uzyskane z produkcji mleka są przelewane przez spółkę do inwestorów również co miesiąc.

JAKA STOPA ZWROTU?

Inwestor otrzymuje od 9% w skali roku, a odsetki wypłacane są co miesiąc. Minimalna kwota inwestycji to 8 500 PLN, a maksymalna to 20 000 000 PLN. Okres inwestycji wynosi 12 miesięcy. Inwestor może przedłużyć ten okres.

INWESTYCJA	42 500 PLN	85 000 PLN	212 500 PLN	425 000 PLN	850 000 PLN
	zakup 5 krów	zakup 10 krów	zakup 25 krów	zakup 50 krów	zakup 100 krów
ZYSK MIESIĘCZNY	319 PLN	638 PLN	1 595 PLN	3 190 PLN	6 380 PLN
ZYSK ROCZNY	3 825 PLN	7 656 PLN	19 140 PLN	38 280 PLN	76 560 PLN

ZABEZPIECZENIA

- Ubezpieczenie gospodarstwa od różnych czynników, takich jak pożar, gradobicie, tornada, choroby krów, etc.
- Umowy zbytu krów z gospodarstwami rolnymi
- Umowy z mleczarniami na zbył mleka
- Rosnący popyt na produkty mleczne na świecie,
- Wzrost cen mleka prognozowany przez UE w kolejnych latach

PLANOWANY ROZWÓJ FIRMY

Do 30.06.2021 roku, spółka planuje współpracę i umowy z 7 gospodarstwami i posiadanie 600 krów na gospodarstwach. Koniec III kwartału to 1600 krów na gospodarstwach. W grudniu 2021 r. to 3000 szt. bydła mlecznego i ponad 15 rolników w kooperacji. Docelowo spółka planuje w ciągu max 3 do 4 lat, zostać inwestorem głównym w około 50 gospodarstwach rolnych, posiadając w nich ponad 10 000 krów o wartości 80 000 000 PLN. Kolejnym krokiem firmy to zakup własnej Mleczarni oraz możliwości eksportu mleka.

JAK PODPISAC UMOWE?

Umowę można podpisać na kilka sposobów:

- Na spotkaniach informacyjnych i Klubach Przedsiębiorczości, w 6 miastach: Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu oraz w jednym z biur w Katowicach, Krakowie, i Warszawie.
- Przesłanie umowy kurierem DHL/ GLS



Jeśli szukasz ponadprzeciętnych miesięcznych zysków, zapraszamy do współpracy.

(Dowód: wydruki korespondencji elektronicznej z Prezesem Zarządu wraz z załącznikami, k. 74-95 akt adm.)

W toku czynności poprzedzających wszczęcie postępowania wyjaśniającego w niniejszej sprawie Prezes Urzędu ustalił na podstawie informacji uzyskanych bezpośrednio od Spółki w piśmie z dnia 25 lutego 2021 r., że Spółka do dnia sporządzenia tego pisma nabyła łącznie 46 krów, przy czym oświadczyła, że współpracuje z dwoma gospodarstwami rolnymi z terenu Wielkopolski.

(Dowód: pismo Spółki z dnia 25 lutego 2021 r., k. 244 akt adm.)

Mając na względzie rozbieżności pomiędzy publicznymi komunikatami Spółki, a jej oświadczeniem z dnia 25 lutego 2021 r., Prezes Urzędu podjął próbę weryfikacji aktualnej sytuacji gospodarczej Spółki.

W tym celu, pismem z dnia 13 września 2021 r. wezwano Spółkę do przekazania niezbędnych w sprawie informacji oraz dokumentów. Spółka do dnia wydania niniejszej decyzji nie udzieliła odpowiedzi na to wezwanie uzasadniając to [usunięto]. Wobec braku możliwości uzyskania niezbędnych informacji bezpośrednio od Spółki, Prezes Urzędu wystąpił do Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa oraz rolników, którzy mieli rzekomo ze Spółką współpracować w zakresie chowu bydła.

(Dowód: korespondencja ze Spółką, k. 51-53, 98-126 akt adm.; wezwania do rolników oraz Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, k. 127-131, 141-151 akt adm.)

Zaznaczyć należy, że Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa prowadzi m.in. rejestr zwierząt gospodarskich oznakowanych (tj. bydła, owiec, kóz i świń) w oparciu o zgłoszenia składane przez posiadaczy zwierząt. System Identyfikacji i Rejestracji Zwierząt (IRZ) jest wykorzystywany do ustalenia miejsc pobytu i przemieszczeń zwierząt.

Z informacji uzyskanej z Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa wynika, że Spółka nabyła w toku swojej działalności zaledwie 11 sztuk bydła i miało to miejsce w listopadzie 2020 r. Spółka ma zarejestrowane stado w miejscowości [usunięto], przy czym wg stanu na dzień 24 lutego 2022 r. liczebność stada wynosi zaledwie 5 sztuk (zmniejszenie stada było wynikiem padnięcia 6 sztuk bydła).

(Dowód: pismo Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa z dnia 24 lutego 2022 r., k. 196 akt adm.)

Z informacji uzyskanych od [usunięto] wynika natomiast, że w ramach prowadzonego z jego wniosku postępowania restrukturyzacyjnego, zarządca masy sanacyjnej zawarł umowę ze Spółką, na mocy której Spółka zobowiązała się do wstawienia do jego gospodarstwa do 400 sztuk bydła (w 2021 r. liczbę tę obniżono do 100 sztuk). Umowa ta została jednak rozwiązana jednostronnie z winy Spółki. [usunięto] potwierdził, że do jego gospodarstwa Spółka wstawiła łącznie 11 sztuk bydła, przy czym na dzień 2 lutego 2022 r. pozostało zaledwie 5 sztuk.

(Dowód: pismo [usunięto], k. 152-153 akt adm.)

Wskazane wyżej informacje potwierdził w piśmie z dnia 7 lutego 2022 r. zarządca masy sanacyjnej [usunięto]. Wyjaśnił, że umowę ze Spółką zawarł 6 sierpnia 2020 r., przy czym umowa była aneksowana w dniu 27 stycznia 2021 r. Zarządca podkreślił, że umowa ta została przez niego jednostronnie rozwiązana bez wypowiedzenia ze skutkiem natychmiastowym w dniu 26 kwietnia 2021 r. w związku z niedokonaniem przez Spółkę planowanych wstawień bydła mlecznego w sposób zgodny z umową i załączonymi do niej harmonogramami. Spółka miała również nie ubezpieczyć stada, do czego była zobowiązana zgodnie z umową oraz nie zamówić kolczyków dla nowonarodzonych cielaków. Z treści pisma rozwiązującego umowę wynika ponadto, że Spółka nie realizowała ciężących na niej obowiązków kontrolnych oraz nadzorczych.

(Dowód: pismo [usunięto] z dnia 7 lutego 2022 r., k. 158-161 akt adm.; umowa o współpracy z dnia 6 sierpnia 2020 r. wraz z aneksem z dnia 27 stycznia 2021 r., k. 162-189 akt adm.; pismo z dnia 26 kwietnia 2021 r. - rozwiązanie umowy o współpracę, k. 190-191 akt adm.)

Zgodnie z treścią umowy o współpracy Spółka była zobowiązana do powierzenia hodowcy ([usunięto]) do chowu bydła mlecznego stanowiącego jej własność w celu produkcji i sprzedaży przez hodowcę mleka surowego, przy wykorzystaniu infrastruktury hodowlanej, paszy, leków, usług weterynaryjnych będących w posiadaniu hodowcy lub zakupionych przez niego na jego koszt (§ 1 ust. 2 umowy). Z umowy tej wynika, że to hodowca odpowiedzialny był za produkcję i sprzedaż mleka, spółka jednocześnie w żaden sposób nie pośredniczyła w sprzedaży mleka. Sprzedaży mleka hodowca miał bowiem dokonywać we własnym imieniu. W umowie wskazano jedynie, że Spółka powinna być poinformowana o ewentualnej zmianie mleczarni, do której hodowca będzie sprzedawał mleko.

(Dowód: umowa o współpracy z dnia 6 sierpnia 2020 r. wraz z aneksem z dnia 27 stycznia 2021 r., k. 162-189 akt adm.)

Na podstawie informacji otrzymanych od Spółki ustalono, że Prezes Zarządu [usunięto]

(Dowód: pismo Spółki, k. 292 akt adm.).

Z informacji uzyskanych od Naczelnika Urzędu Skarbowego Kraków-Podgórze wynika, że Prezes Zarządu [usunięto].

(Dowód: pismo Naczelnika Urzędu Skarbowego Kraków-Podgórze z dnia 28 kwietnia 2022 r., k. 299 akt adm.)

Z rachunku zysków i strat Spółki wynika, że w latach 2020-2021 r. [usunięto].

(Dowód: rachunek zysków i strat Spółki za 2021 r. - k. 317 akt adm.)

Na podstawie zgromadzonych w aktach wzorów umów pożyczek oraz egzemplarzy umów ustalono, że Spółka posiadała rachunki w co najmniej [usunięto]. Z pozyskanych w toku postępowania historii tych rachunków bankowych wynika, że łączne wpływy na te rachunki w okresie od 01 stycznia 2020 r. do dnia 15 kwietnia 2022 r. stanowił kwotę [usunięto] zł.

(Dowód: historie rachunków bankowych, k. 275, 278-279, 281, 285-291, 295, 297-298, 304-307, 309 akt adm.; wzory umów pożyczek oraz egzemplarze umów, k. 80-85, 91-92, 247-255 akt adm.)

Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika, że za wszelkie działania Spółki związane z proponowaną konsumentom inwestycją w produkcję mleka krowiego odpowiada Michał Mierzejewski - Prezes jednoosobowego Zarządu Spółki. Jego podpisy widnieją pod umowami zawartymi z zarządcą masy sanacyjnej [usunięto]. Prezes Zarządu osobiście prowadził webinary i osobiście również spotykał się z potencjalnymi inwestorami. [usunięto]

(Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Spółki, k. 207-210 akt adm.; wydruki ze stron internetowych Spółki, k. 11-27, 37-47, 221-240 akt adm.; wydruki korespondencji elektronicznej z Prezesem Zarządu wraz z załącznikami, k. 74-95 akt adm.; umowa o współpracy z dnia 6 sierpnia 2020 r. wraz z aneksem z dnia 27 stycznia 2021 r., k. 162-189 akt adm.; nagranie webinaru, k. 97 akt adm., nagrania rozmów telefonicznych z Prezesem Zarządu, k. 97 akt adm.; wydruki artykułów prasowych, k. 28-36 akt adm.)

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

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

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, do których Spółka skierowała bądź skieruje swoją ofertę. Działania Spółki nie dotyczą 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 jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania

Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest bowiem spółką prawa handlowego wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą, polegającą na chowie i hodowli bydła mlecznego. W konsekwencji powyższego, zachowania Przedsiębiorcy podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

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

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

1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

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

przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również stricte ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Spółki dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których Spółka skierowała bądź skieruje swoją ofertę. Stosowane przez Spółkę praktyki nie dotyczą zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie z oferty Spółki skorzystać może każda osoba posiadająca środki umożliwiające jej udzielenie Spółce pożyczki. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Spółka występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna. W konsekwencji, zdaniem Prezesa Urzędu, w niniejszym przypadku, to potencjalnie nieoznaczona z góry grupa konsumentów może skorzystać z oferty Spółki i tym samym działania Spółki mogą naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Zaznaczyć należy, że zarzucona Spółce praktyka wprowadzająca w błąd, naruszała bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka ograniczała bowiem konsumentom możliwość dokonania proponowanej im inwestycji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszały zbiorowe interesy konsumentów.

2. Bezprawność

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

2.1. Niedozwolone praktyki rynkowe

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

Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. 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, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka wprowadzająca konsumentów w błąd jest związana bezpośrednio z promocją oferowanej przez Spółkę inwestycji w produkcję mleka krowiego.

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

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje równocześnie podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. oraz te w ustawie niewskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy. Artykuł 4 ust. 2 u.p.n.p.r. stanowi równocześnie, że nie podlegają ocenie w świetle art. 4 ust. 1 ustawy praktyki rynkowe wprowadzające konsumentów w błąd.

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

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

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że z okoliczności sprawy nie wynika, aby Przedsiębiorca kierował opisaną w pkt I decyzji praktykę w stosunku do określonego kręgu konsumentów. W konsekwencji, w analizowanym przypadku za przeciętnego konsumenta uznano osobę dorosłą, dostatecznie dobrze poinformowaną, uważną i ostrożną.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, postawiono Spółce zarzuty stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych Spółki - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się Spółka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- bieżących planów inwestycyjnych Spółki oraz
- skali prowadzonej przez nią działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi.

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

Co istotne, z dotychczasowych ustaleń wynika, że Spółka w związku z proponowaną konsumentom inwestycją nabyła jedynie 11 sztuk bydła. Faktycznie podjęła współpracę tylko z jednym gospodarstwem rolnym, przy czym gospodarstwo to wypowiedziało Spółce umowę o współpracy jeszcze w kwietniu 2021 r. Spółka nie miała zatem wskazywanych niespełna 300 krów, o których zapewniała na spotkaniu w czerwcu 2021 r. Nigdy nie posiadała nawet 100 krów, o czym zapewniała na swoim profilu facebookowym już w 2020 r.

Z poczynionych przez Prezesa Urzędu w sprawie ustaleń wynika, że nieprawdziwe były także zapewnienia Spółki, jakoby na dzień 15 czerwca 2021 podjęła ona współpracę, aż z siedmioma gospodarstwami rolnymi i za ich pośrednictwem kooperowała z mleczarniami. Nieprawdziwe były również informacje o rzekomych planach inwestycyjnych Spółki, w tym w zakresie chęci stałego poszerzania portfela gospodarstw rolnych a docelowo zawarcia umowy dostawy mleka bezpośrednio z mleczarnią. Zaznaczyć ponownie należy, że w dniu składania tych deklaracji Spółka miała już wypowiedzianą umowę o współpracy przez jedyne gospodarstwo rolne, któremu Spółka faktycznie powierzyła bydło mleczne do chowu i od wielu miesięcy nie zwiększała liczebności swojego stada (nie nabywała kolejnych sztuk krów mlecznych).

Z dokumentów finansowych Spółki wynika także, że Spółka po wznowieniu działalności w 2020 r. w ogóle nie uzyskiwała przychodów. Ponościła tylko straty, przy czym koszty generowane były przez zobowiązania odsetkowe z licznych umów pożyczek, jakie Spółka zawarła z inwestorami. Pozyskane w toku postępowania dane wskazują, że Spółka zaciągnęła pożyczki na kwotę co najmniej kilku milionów złotych, przy czym bieżące zobowiązania odsetkowe wynikające z poszczególnych umów splanowane są ze środków pozyskiwanych od kolejnych inwestorów. Okoliczności te pozwalają twierdzić, że Spółka celowo udziela konsumentom wprowadzających w błąd informacji w celu zachęcenia jak największej grupy

inwestorów do skorzystania z oferty Spółki, przy czym w ocenie Prezesa Urzędu określone przez Spółkę cele inwestycyjne były fikcyjne. Zwrócić bowiem należy uwagę, że Spółka nie zaniechała promocji inwestycji, pomimo wypowiedzenia jej umowy o współpracę przez jedyne gospodarstwo rolne, z którym ową współpracę podjęła. Nadto, pomimo zaciągania kolejnych zobowiązań wobec inwestorów, Spółka faktycznie zaniechała inwestycji (nabywania krów mlecznych) już w listopadzie 2020 r.

W ocenie Prezesa Urzędu, opisana praktyka mogła mieć wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące umowy (udzielenia Spółce umowy pożyczki celowej). Nie ulega bowiem wątpliwości, że przekazanie potencjalnym inwestorom nieprawdziwych informacji w zakresie sytuacji gospodarczej Spółki, w tym w zakresie bieżących planów inwestycyjnych oraz skali prowadzonej inwestycji, mogło wpłynąć na decyzję konsumenta dotyczącą ewentualnego udzielania Spółce pożyczki i tym samym partycypacji w oferowanym przez Spółkę przedsięwzięciu. Konsument prawidłowo poinformowany o rzeczywistej sytuacji gospodarczej Spółki niewątpliwie mógłby zrezygnować z zainwestowania swoich środków w ten projekt, z uwagi na istotne ryzyko inwestycyjne z tym związane.

W związku z powyższym, praktykę Przedsiębiorcy opisaną w pkt I sentencji decyzji należy uznać za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., a jej stosowanie w obrocie konsumenckim za bezprawne.

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

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 26 ust. 1 u.o.k.k. orzeczono jak w pkt I.1 sentencji.

3. Rygor natychmiastowej wykonalności

Zgodnie z art. 103 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc istotnym i doniosłym. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku zakwestionowanej niniejszą decyzją praktyki naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowana przez Spółkę praktyka ograniczająca bowiem konsumentom możliwość dokonania inwestycji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.*

Podkreślić należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, której stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 u.p.n.p.r. jest bezwzględnie zakazane. Uregulowanie wskazanego zakazu wiązało się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyk z obrotu.

Przyjęty przez Spółkę schemat działania uznać należy za rażąco niewłaściwy. Prawidłowe informowanie konsumentów o ryzyku inwestycyjnym uznać bowiem należy, za jeden z podstawowych obowiązków informacyjnych. W okolicznościach niniejszej sprawy za nałożeniem rygoru natychmiastowej wykonalności przemawia jednocześnie, fakt że Spółka nie zaniechała proponowania konsumentom inwestycji, pomimo faktycznego zaniechania realizacji finansowanego ze środków konsumentów przedsięwzięcia.

W tym miejscu zwrócić należy uwagę na kwotę progu wejścia w oferowane konsumentom przedsięwzięcie, który został przez Spółkę ostatecznie określony na poziomie 8.500 zł. Kwota ta implikuje możliwość ponoszenia znacznych strat po stronie konsumentów i tym samym Spółka może w sposób rażący godzić w interesy ekonomiczne konsumentów.

Ze względu na rażące naruszenie przez Spółkę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanej niniejszą decyzją praktyki rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podnieść jednocześnie należy, iż brak nałożenia rygoru natychmiastowej wykonalności może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia Spółki, kontynuację jej stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanej praktyki ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na określone w pkt I sentencji naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

4. Obowiązki usunięcia trwających skutków naruszeń określone w punkcie III i IV sentencji decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 u.o.k.k., Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

Z uwagi na zawarcie i przez Spółkę licznych umów pożyczek z wprowadzonymi w błąd inwestorami, Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Przedsiębiorcę obowiązku opublikowania na oficjalnej stronie internetowej Spółki (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa znajdująca się pod adresem www.farmamleka.pl), w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, oświadczenia o treści:

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RPZ 7/2022, uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Farma Mleka spółki akcyjnej z siedzibą w Poznaniu polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych Spółki - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się Spółka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- bieżących planów inwestycyjnych Spółki oraz
 - skali prowadzonej przez nią działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070).
- Treść decyzji nr RPZ 8/2021 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.*

Nadto, nałożył na Spółkę obowiązek zamieszczenia w serwisie Facebook, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, komunikatu o treści:

Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 25 lipca 2022 r., nr RPZ 7/2022 #FarmaMleka informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

#FarmaMleka otrzymała karę pieniężną za stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd - w trakcie organizowanych webinarów, w treści kolportowanych materiałów marketingowych oraz na stronach internetowych #FarmaMleka - w zakresie sytuacji gospodarczej, w jakiej znajduje się #Farma Mleka, poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji dotyczących:

- *bieżących planów inwestycyjnych #FarmaMleka oraz*
- *skali prowadzonej przez #FarmaMleka działalności, w tym liczby posiadanych sztuk bydła mlecznego, współpracy ze spółdzielniami mleczarskimi oraz gospodarstwami rolnymi. #wprowadzeniewbłąd #nieuczciwepraktykirynkowe*

Szczegółowe informacje na temat praktyki #Farma Mleka dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr RPZ 7/2022 z dnia 25 lipca 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link)]

odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl].

Nałożone środki, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwolą zrealizować przede wszystkim cele informacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku działań Spółki. Posiadając taką wiedzę, będą oni mogli podjąć decyzję, co do ewentualnego dochodzenia swoich indywidualnych roszczeń. Ponadto, w przypadku uprawomocnienia się decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III i IV sentencji decyzji.

5. Kara nakładana na Spółkę

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, 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. Art. 106 ust. 5 u.o.k.k. stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z materiałów zgromadzonych w toku postępowania wynika, że Spółka po długiej przerwie formalnie wznowiła działalność w 2019 r. [usunięto]

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

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

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 u.o.k.k. te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy,

przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.k.).

Ustalając wysokość 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 o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

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

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Spółka kontynuowała oferowane inwestycji w produkcję mleka krowiego, pomimo faktycznego zaniechania realizacji przedsięwzięcia, na które inwestowane środki miały być rzekomo przeznaczane. Spółka musiała sobie przy tym zdawać sprawę, że konsument pod wpływem nieprawdziwych informacji dotyczących jej sytuacji gospodarczej, dużo chętniej powierzy jej posiadane środki.

Podkreślić należy, że zakwestionowana praktyka Spółki jest przemyślana. Jest ona nakierowana na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych inwestorów i uzyskania jak największego wolumenu pożyczek. Nie jest przy tym możliwe, aby Spółka, nie zdawała sobie sprawy z konsekwencji podejmowanych działań.

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

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

Przypisana Przedsiębiorcy praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji co do sytuacji gospodarczej w jakiej znajduje się Spółka. Praktyka ta ujawnia się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych inwestorów do udziału w oferowanym przez Przedsiębiorcę przedsięwzięciu.

Zdaniem Prezesa Urzędu, zakwestionowaną praktykę uznać należy za wysoce szkodliwą. Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że treść i forma przekazywanych informacji mogła u konsumentów wywoływać mylne wyobrażenie co do sytuacji finansowej Spółki oraz ryzyka związanego z proponowaną im inwestycją.

Wskutek działań Spółki konsumenci zostają pozbawieni rzetelnej informacji o rzeczywistym ryzyku udzielanej pożyczki, przy czym mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjęli. Uznać bowiem należy, że konsumenci rzetelnie poinformowani o rzeczywistej sytuacji gospodarczej Spółki, mogliby zrezygnować z inwestycji w oferowane im przez Spółkę przedsięwzięcie.

Bez wątpienia zakwestionowana praktyka Spółki może wywierać wpływ także na konkretne decyzje konsumentów, którzy pozostając w błędzie co do sytuacji gospodarczej Spółki, mogą być bardziej podatni na stosowane wobec nich działania marketingowe. Pośrednio działania Spółki mogą zatem godzić również w interesy ekonomiczne konsumentów.

Za szczególną szkodliwością omawianej praktyki przemawia okoliczność, że Spółka nie zaniechała oferowania inwestycji, pomimo faktycznego zaniechania przedsięwzięcia związanego z chowem i hodowlą bydła mlecznego.

Ważąc kwotę kary, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. Na podstawie informacji zawartych na profilu Spółki w serwisie Facebook, uznać należy, że zakwestionowana praktyka stosowana jest przez Spółkę co najmniej od 28 października 2020 r. (wówczas Spółka informowała o rzekomym zakupie 100 krów mlecznych). Można zatem uznać, że ma ona charakter długotrwały.

Prezes Urzędu nie dopatrył się okoliczności łagodzących. Natomiast za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia.

Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu, zdecydował się nałożyć na Spółkę karę w maksymalnej możliwej wysokości, tj. w kwocie 45.994,00 zł, odpowiadającej kwocie 10.000 euro (przy uwzględniając, stosownie do art. 5 u.o.k.k., średniego kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2021 r., tj. 4,5994 zł).

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

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

6. Kara nakładana na osobę pełniącą funkcję kierowniczą Spółki

Zgodnie z art. 106b ust. 1 u.o.k.k. Prezes Urzędu może nałożyć na osobę zarządzającą karę pieniężną w wysokości do 2 000 000 zł, jeżeli osoba ta, w ramach sprawowania swojej funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuściła przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia przez przedsiębiorcę zakazów określonych w art. 23a lub art. 24. Nałożenie na osobę zarządzającą kary pieniężnej może nastąpić wyłącznie

w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 3a lub 4 u.o.k.i.k.

Ustawodawca wymaga, żeby wymierzając osobie zarządzającej karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także stopień wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał przedsiębiorca, przychody uzyskane przez osobę zarządzającą u danego przedsiębiorcy, z uwzględnieniem okresu trwania naruszenia, oraz okres i skutki rynkowe naruszenia lub skutki naruszenia dla konsumentów (art. 111 ust. 1 pkt 2 u.o.k.k.).

Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osób zarządzających Prezes Urzędu uwzględnia również okoliczności obciążające i łagodzące. W art. 111 ust. 3 pkt 2a u.o.k.k. jako okoliczności łagodzące wskazuje się w szczególności działanie pod przymusem, przyczynienie się do dobrowolnego usunięcia przez przedsiębiorcę skutków naruszenia, przyczynienie się do zaniechania przez przedsiębiorcę z własnej inicjatywy stosowania niedozwolonej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpracę z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Natomiast, za okoliczności obciążające ustawa w art. 111 ust. 4 pkt 2a uznaje w szczególności znaczne korzyści uzyskane przez osobę zarządzającą w związku z dokonaniem naruszeniem oraz dokonanie uprzednio podobnego naruszenia.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy podkreślenia wymaga, że Michał Mierzejewski w dniu 23 września 2020 r. został wpisany do Rejestru Przedsiębiorców KRS jako Prezes jednoosobowego Zarządu Spółki i to on odpowiada za wszelkie działania Spółki związane z proponowaną konsumentom inwestycją w produkcję mleka krowiego. Jego podpisy widnieją pod umowami zawartymi z zarządcą masy sanacyjnej [usunięto]. Prezes Zarządu osobiście prowadził webinary i osobiście również spotykał się z potencjalnymi inwestorami. Z oświadczenia Spółki wynika równocześnie, że [usunięto], co za tym idzie brak jest innych osób, którym można byłoby przypisać odpowiedzialność z tytułu dopuszczenia się przez Spółkę stosowania zarzuconej praktyki rynkowej.

Z wyżej przytoczonych okoliczności wynika nie tylko, że Michał Mierzejewski (jako Prezes jednoosobowego Zarządu) jest osobiście odpowiedzialny za prowadzenie wszelkich spraw Spółki, w tym za reprezentowanie jej wobec podmiotów trzecich, ale również że odgrywał on kluczową rolę w przygotowaniu i realizacji całości strategii marketingowej Spółki. W tych okolicznościach nie może ulegać wątpliwości, że nie tylko miał on świadomość stosowania przez Spółkę zakwestionowanej praktyki, ale był bezpośrednio odpowiedzialny za jej zaplanowanie i wdrożenie.

Mając powyższe na względzie nie może ulegać wątpliwości, że to Michał Mierzejewski ponosi osobistą odpowiedzialność za zakwestionowane w niniejszej decyzji działania Spółki. W ocenie Prezesa Urzędu, dopuścił on do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w sposób umyślny, dążąc w praktyce do pozyskania jak największej grupy inwestorów.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconej Spółce praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań, uzasadnione jest

nałożenie na Michała Mierzejewskiego kary pieniężnej za dopuszczenie do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k.

Nakładając na Prezesa Zarządu karę za umyślne dopuszczenie poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I sentencji, Prezes Urzędu miał na względzie wszystkie okoliczności rozpatrywane przy nakładaniu kary za tę praktykę na Spółkę, w tym jej szczególną szkodliwość, długotrwałość jej stosowania oraz opisane wyżej skutki tego naruszenia dla konsumentów.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że Michał Mierzejewski od momentu wznowienia działalności przez Spółkę w 2020 r. niezmiennie pozostaje Prezesem jednoosobowego Zarządu Spółki, a zatem jest osobą wyłącznie i w pełni odpowiedzialną za stosowanie zarzuconej praktyki.

Ustalając kwotę nakładanej kary Prezes Urzędu miał także na względzie okoliczność, że Michał Mierzejewski [usunięto]. Równolegle, Prezes Urzędu miał na względzie, że Michał Mierzejewski jest jedynym akcjonariuszem Spółki, a co za tym idzie jest on w praktyce nie tylko jedynym dysponentem (jako Prezes Zarządu) ale i beneficjentem (jako jedyny akcjonariusz) inwestowanych w Spółce środków. Prezes Urzędu nakładając na Prezesa Zarządu karę pieniężną miał również na uwadze okoliczność, że w [usunięto], w konsekwencji można domniemywać, że podjął on kroki w celu zatajenia swojej rzeczywistej sytuacji finansowej.

Prezes Urzędu, określając karę za umyślne dopuszczenie przez Zarząd Spółki poprzez jego działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I sentencji, nie dopatrzył się okoliczności łagodzących i obciążających.

Biorąc pod uwagę powyższe, za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 u.o.k.k. w zakresie praktyki opisanej w pkt. I sentencji Prezes Urzędu nałożył na Michała Mierzejewskiego karę w wysokości 60.000,00 zł, co stanowi 3 % maksymalnego wymiaru kary.

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczona kara jest adekwatna do stopnia wpływu zachowania osoby zarządzającej na naruszenie, którego dokonał Przedsiębiorca, przychodów uzyskanych przez osobę zarządzającą u Przedsiębiorcy, okresu trwania naruszenia oraz do okresu i skutków naruszenia dla 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 osób zarządzających przed wpływaniem na stosowanie przez zarządzane przez nie podmioty w przyszłości opisanej niniejszą decyzją praktyki w obrocie z konsumentami.

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

7. Koszty postępowania

Art. 77 ust. 1 u.o.k.k. przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest

zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 ww. ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021r., poz. 735 ze zm. - dalej: k.p.a.). Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 k.p.a., do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Spółce oraz członkowi jej Zarządu, w wysokości 79,30 zł.

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

8. Pouczenie

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

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd.2 k.p.a., w związku z art. 83 u.o.k.k., jak również stosownie do art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479³² § 1 i § 2 Kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

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

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2022 r., poz. 1125), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 tej ustawy zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

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

Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

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

Stosownie do treści art. 117 § 1 Kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

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

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 (art. 117 § 3 Kpc).

Stosownie do treści art. 117 § 4 Kpc, wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

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