



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Wersja jawna

RGD.610.3.19/PC

Gdańsk, 09 października 2020 r.

DECYZJA NR RGD - 8/2020

Po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086) - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie przedsiębiorcy M&K Promoteam LLC z siedzibą w Cheyenne w Stanach Zjednoczonych Ameryki, polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 14 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), poprzez założenie, prowadzenie i propagowanie programu partnerskiego „Team-Coin” w oparciu o regulamin programu partnerskiego „Team-Coin”, w ramach którego konsument dokonuje zakupu „pozycji” w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci wynagrodzenia lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumenta) do systemu - co może stanowić system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i tym samym wyczerpywać przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086).

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

II. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 256 i 695) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - obciąża się przedsiębiorcę M&K Promoteam LLC z siedzibą w Cheyenne w Stanach Zjednoczonych Ameryki, kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 21,90 zł (słownie: dwadzieścia jeden złotych i dziewięćdziesiąt groszy) i zobowiązuje się do zwrotu tych kosztów 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 także: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”), po otrzymaniu sygnałów rynkowych, przekazanych przez Komisję Nadzoru Finansowego, postanowieniem z dnia 8 lutego 2018 r. wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie ustalenia, czy zasady funkcjonowania i korzystania przez inwestorów, w tym konsumentów, z platformy www.e-promoteam-cykler.com oraz www.team-coin.com nie prowadzą do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów oraz przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów lub innych ustaw chroniących interesy konsumentów (sygn. RGD.405.3.18).
- [2] Wyniki analizy materiału dowodowego zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego, wykazały istnienie podstaw do postawienia zarzutu naruszenia zakazu, o którym mowa w przepisie art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji o konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086, dalej także: u.o.k.i.k.). W związku z tym, Prezes Urzędu wszczął przeciwko przedsiębiorcy, postanowieniem z dnia 17 maja 2019 r. (dalej także: „Postanowienie”), postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 14 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) (dalej także: u.p.n.p.r.) poprzez założenie, prowadzenie i propagowanie programu partnerskiego „Team-Coin” w oparciu o regulamin programu partnerskiego „Team-Coin”, w ramach którego konsument dokonuje zakupu „pozycji” w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci wynagrodzenia lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumenta) do systemu.
- [3] Jednocześnie, postanowieniem z dnia 17 maja 2019 r., w poczet dowodów wskazanego postępowania zaliczono następujących materiał dowodowy zebrany w toku ww. postępowania wyjaśniającego: (...)
- [4] Korespondencja zawierająca oba ww. postanowienia została wysłana do przedsiębiorcy zgodnie z adres ujawnionym w rejestrze przedsiębiorców. Korespondencja wysłana na adres spółki M&K Promoteam LLC z siedzibą w Cheyenne to jest: 1621 Central Ave Cheyenne, WY 82001 USA), który to ujawniono w odpowiednim rejestrze dla stanu Wyoming w Stanach Zjednoczonych Ameryki została zwrócona z adnotacją: „need name or suite number” (potrzebna nazwa lub numer lokalu).
- [5] Z uwagi na powyższe, Prezes UOKiK pismem z dnia 17 października 2019 roku ponownie wystąpił do przedsiębiorcy, wysyłając korespondencję na wskazany wyżej adres, który to nie uległ zmianie w rejestrze przedsiębiorców od czasu wysłania wcześniejszej dokumentacji. Korespondencja skierowana do spółki M&K Promoteam LLC została podjęta, jednakże przedsiębiorca nie ustosunkował się do stawianego zarzutu.



- [6] Pismem z dnia 17 września 2020 r. Prezes UOKiK zawiadomił stronę postępowania o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie oraz możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Spółka nie skorzystała z przysługującego uprawnienia.

MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, PREZES URZĘDU USTALIŁ CO NASTĘPUJE:

- [7] M&K Promoteam LLC z siedzibą w Cheyenne w Stanach Zjednoczonych Ameryki (dalej także: „Promoteam”) założyła, prowadziła i propagowała program partnerski „Team-Coin”, którego zasady zostały umieszczone na stronie internetowej znajdującej się pod adresem: <https://www.team-coin.com> (dalej także: „Program”).

Promoteam (Limited Liability Company - Domestic) jest zarejestrowana w odpowiednim rejestrze przedsiębiorców stanu Wyoming w Stanach Zjednoczonych Ameryki pod numerem zgłoszenia: 2017-000739267.

- [8] Do udziału w Programie są zachęceni polscy konsumenci, o czym świadczy m.in. treść regulaminu oraz filmik promujący Program pn: „*Jak działa program Team-Coin*”, umieszczony na stronie internetowej pod adresem: <https://www.team-coin.com>. Z treści materiału wynika, że podstawą uczestnictwa w programie jest rejestracja przez stronę internetową i wykup co najmniej jednej „pozycji” w cenie 0,005 BTC (Bitcoin), przy czym uczestnik Programu może dziennie kupić do 30 „pozycji”. Wspomniane „pozycje” szeregowane są w swoistej „kolejce” (zgodnie z tzw. „algorytmem liniowym”), zaś wynagrodzenie przyznawane jest tej „pozycji”, która znajduje się na początku „kolejki”. Warunkiem uprawniającym do wspomnianego wynagrodzenia jest natomiast zakup dwóch nowych „pozycji”, które zostaną ustawione na końcu „kolejki”.
- [9] Samo wynagrodzenie za udział w Programie wynosi 160% ceny zakupionej „pozycji”, to jest 0,008 BTC, i jest dzielone na dwie części. Jedna z nich - o wartości 0,003 BTC zostaje przelana na „Saldo Główne”, druga - warta 0,005 BTC podlega automatycznej reinwestycji i trafia na koniec „kolejki”. Wskazać przy tym należy, że przy zakupie nowej „pozycji” lub reinwestycji dokonywanej przez osobę już uczestniczącą w Programie pobierane są opłaty, które trafiają automatycznie na konto Promoteam (jest to 10% ceny zakupu „pozycji” nazywane „kosztami administracyjnymi”) oraz na saldo główne osoby, która zaprosiła nowego użytkownika do udziału w Programie (kolejne 10% ceny zakupu nowej „pozycji” lub reinwestycji). Z kolei 80% ceny zakupu pozycji ma być przekazywane na poczet wynagrodzenia użytkownika, którego pozycja jest na początku „kolejki”. Wysokość wypłaty nie może być mniejsza niż 0,006 BTC.
- [10] W Programie przewidziano również tzw. „Saldo operacyjne”, z którego nie można wypłacać pieniędzy i służy ono jedynie do zakupu nowych „pozycji”. Zgodnie z treścią filmu promującego Program, „*aby zachować stabilność, długowieczność Programu*”, Promoteam nałożyła na uczestników programu obowiązek dokonania raz w miesiącu zakupu przynajmniej 1 nowej „pozycji” (tzw. „aktywacja miesięczna”), przy czym jej niedokonanie oznacza, że system automatycznie zabiera partnerowi 1 najwyższą „pozycję” oczekującą na wynagrodzenie.
- [11] Dodatkowo uczestnicy programu partnerskiego, którzy zapraszali innych uczestników do Programu, mogli otrzymywać dodatkowe wynagrodzenie z tytułu prowizji od zakupionych przez nowych uczestników pozycji. Oznacza to, że uczestnik programu



partnerskiego „Team-Coin”, bez dokonania inwestycji poprzez zakup „pozycji”, mógł otrzymywać wynagrodzenie w postaci prowizji od zakupionych przez nowych użytkowników prowizji, którzy zarejestrowali się do Programu za pośrednictwem linku afiliacyjnego.

TEAM-COIN.COM

DRUGI SPOSÓB NA UZYSKANIE DOCHODU W PROGRAMIE TEAM-COIN

SALDO GŁÓWNE

WYSTARCZY ŻE MAREK **ZAREJESTRUJE SIĘ** I ZAPROSI DO PROGRAMU KILKA OSÓB, KTÓRE ZAKUPIĄ ŁĄCZNIE **10 POZYCJI**. PONIEWAŻ MAREK Z KAŻDEJ ZAKUPIONEJ POZYCJI PRZEZ ZAPROSZONEGO PARTNERA OTRZYMUJE **10%**. ILOŚĆ ZAKUPIONYCH **10 POZYCJI** PRZEZ PARTNERÓW WYGENERUJE MU ŚRODKI W WYSOKOŚCI **0,005 BTC SALDZIE GŁÓWNYM** | DZIĘKI KTÓRYM BĘDZIE MÓGŁ ZAKUPIĆ SWOJĄ **PIERWSZĄ POZYCJĘ**.

(zrzut z ekranu - fragment filmiku promującego „Jak działa program Team-Coin”)

PROMOTEAM LLC

Zaloguj się Rejestracja

Promoteam

WITAMY w programie partnerskim TEAM COIN firmy M&K PromoTeam LLC

Dołączając do naszego programu przyczyniasz się do jego rozwoju. Wszyscy wspólnie pracujemy na nasz sukces finansowy.

Pokażemy Ci jak praca zespołowa daje szybko oczekiwane efekty finansowe.

Jak od niewielkiej kwoty dojść do satysfakcjonującej Cię wypłaty.

Tylko osoby uparcie dążące do celu osiągną sukces finansowy.

TEAM-COIN.COM

1. ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W PROGRAMIE NALEŻY SIĘ ZAREJESTROWAĆ I WYKUPIĆ CO NAJMNIEJ 10 POZYCJI. 2. PROGRAM OPARTY JEST O ALGORYTM LINIOWY. ALGORYTM LINIOWY TO USTAWIENIE WSZYSTKICH POZYCJI PARTNERÓW W 1 LINII. JEDNA ZA INNEJ.

Razem 2 pozycje
KASA 1

Copyright 2017 PROMOTEAM All Rights Reserved. PROMOTEAM by www.team-coin.com

(zrzut z ekranu ze strony internetowej: www.team-coin.com)

- [12] Wyniki analizy zgromadzonych dowodów wykazały, że działania Przedsiębiorcy są bezprawne oraz stanowią przejawy naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W OPARCIU O USTALONY STAN FAKTYCZNY PREZES URZĘDU ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE:

Ad I sentencji decyzji

Interes publiczny:

- [13] Podstawowym warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorcy - naruszające przepisy tej ustawy - stanowią potencjalne zagrożenie dla interesu publicznego. Stosownie bowiem do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zasadniczym jej celem jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Interpretacja pojęcia interesu publicznoprawnego, wymaga odniesienia do ukształtowanego w tym zakresie orzecznictwa, zgodnie z którym naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce, gdy naruszenie będzie skierowane do szerokiego, nieokreślonego kręgu podmiotów¹. W opisywanej sytuacji mamy do czynienia z naruszeniem zbiorowego interesu konsumentów stanowiącego „rodzaj” („część”) interesu publicznego, a zatem nie służącego ochronie indywidualnego (prywatnego) interesu poszczególnych osób, lecz pewnego, nieokreślonego kręgu podmiotów. W przedmiotowym aspekcie, warunkiem koniecznym do zastosowania ustawy jest, aby działanie przedsiębiorcy, któremu zarzucono naruszenie jej przepisów, stanowiło potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy.
- [14] Przedmiotowa decyzja dotyczy oceny Prezesa Urzędu w przedmiocie działań przedsiębiorcy Promoteam, które dotyczą nieograniczonego kręgu adresatów posiadających status konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli, są lub mogą być klientami spółki. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Interes publicznoprawny zawiera się w związku z tym w ochronie praw konsumentów, do których ww. strony postępowania kierują swoją ofertę. Ochrona konsumentów podejmowana w trybie postępowania przed Prezesem Urzędu nie dotyczy więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, których dotyczą bezpośrednio działania ww. spółki, i których sytuacja jest w tym zakresie podobna. Zatem w rozpatrywanej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy ww. ustawy, a dotyczące jej postępowanie jest prowadzone w interesie publicznym.

¹ Vide: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 3 października 2012 r., sygn.: VI ACa 1319/11.



Status przedsiębiorcy:

- [15] Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r. poz. 1292 ze zm.). Stosownie do art. 4 ust. 1 ustawy Prawo przedsiębiorców przedsiębiorcą jest m. in. osoba prawna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Zgodnie natomiast z art. 3 tej ustawy, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

Promoteam (Limited Liability Company - Domestic) jest zarejestrowana w odpowiednim rejestrze stanu Wyoming w Stanach Zjednoczonych Ameryki pod numerem zgłoszenia: 2017-000739267.

Zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy ustawy mają zastosowanie w przypadku stosowania przez przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli ta praktyka wywołuje lub może wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. W przedmiotowej sprawie należy wskazać, że spółka wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, zaś ich praktyka wywołuje lub może wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem:

- [16] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działań lub zaniechań przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.
- [17] Ustawodawca w art. 24 ust. 2 u.o.k.i.k. nie definiuje, ani też nie wskazuje konkretnie jakiego rodzaju zachowanie przedsiębiorcy stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Dla stwierdzenia zignorowania zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ust. 1 u.o.k.i.k. należy wykazać sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami. W rozpatrywanej sprawie, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest ocena, czy w ustalonym stanie faktycznym Przedsiębiorcy dopuścili się działań bezprawnych, związanych z przekroczeniem zakazu ustanowionego w przepisach ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, co z kolei narusza przepis art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. Przywołany przepis stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.
- [18] Przedmiotem zarzutu postawionego Przedsiębiorcy jest stosowanie praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.i.k., polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez założenie, prowadzenie i propagowanie programu partnerskiego „Team-Coin” w oparciu o regulamin programu partnerskiego „Team-Coin”, w ramach



którego konsument dokonuje zakupu „pozycji” w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci wynagrodzenia lub prowizji określonych we wskazanym powyżej regulaminie, które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumenta) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070).

[19] Art. 3 u.p.n.p.r. zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, przez które rozumie się działania lub zaniechania 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 także usługi (art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r.). Działanie Przedsiębiorcy polegające na oferowaniu, w ramach programu partnerskiego „Team-Coin” możliwości otrzymania korzyści materialnych w przypadku spełnienia określonych wymogów, mieści się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

[20] W myśl art. 7 pkt 14 u.p.n.p.r., nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd polegająca na założeniu, prowadzeniu lub propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida, w ramach którego konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.

Wykładnia przepisu art. 7 u.p.n.p.r. każe przyjąć, iż wszystkie praktyki wymienione w zamieszczonym w nim katalogu stanowią, w każdych okolicznościach, nieuczciwe praktyki rynkowe wprowadzające w błąd. Powyższe oznacza z kolei, że zakwalifikowanie stosowanej przez Przedsiębiorcę praktyki rynkowej do katalogu praktyk wymienionych w art. 7 u.p.n.p.r. powoduje *ex lege* uznanie jej za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd bez konieczności uprzedniego wykazywania spełnienia przez nią przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.², tj. sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta.

W kontekście przywołanych przepisów, aby uznać, że działania Promoteam stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, zakazaną przepisami ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, należy wykazać, że:

- przedsiębiorca utworzył, prowadził lub propagował system promocyjny;
- w ramach tego systemu konsument musi wykonywać świadczenie za możliwość (obietnicę) uzyskania korzyści materialnych;
- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży czy konsumpcji produktów.

W przedmiotowej sprawie wszystkie ww. przesłanki zostały spełnione, co zostało opisane poniżej.

Stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów:

[21] Przepis art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową

² Tak: M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Komentarz do art. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, LEX; R. Stefanicki, *Komentarzu do ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, wydanie I, LexisNexis, s.tr 365-366.



wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Należy przy tym wskazać, że art. 7 ww. ustawy zawiera katalog praktyk rynkowych wprowadzających w błąd, uznawanych za nieuczciwe w każdych okolicznościach. Zgodnie z art. 7 pkt 14 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się m. in. zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów. Wskazać przy tym należy, że przedmiotowy przepis jest implementacją prawa unijnego, to jest pkt 14 Załącznika I dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE L 149 s. 22). Zgodnie z art. 5 ust. 5 wspomnianej dyrektywy wykaz wskazany w niniejszym Załączniku obowiązuje jednolicie we wszystkich państwach członkowskich. Co do kwestii nielegalności piramid w prawie Stanów Zjednoczonych Ameryki Prezes Urzędu odniesie się w dalszej części decyzji.

[22] Prezes Urzędu wskazuje ponadto, że stosowne przepisy unijne stanowiące implementację art. 7 ust. 14 u.p.n.p.r. były przedmiotem interpretacji Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, w wyroku z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie *4finance* (C-515/12), w którym Trybunał Sprawiedliwości wymienił następujące przesłanki charakteryzujące system typu piramida:

- 1) po pierwsze, by przystępujący do takiego systemu wpłacali świadczenie finansowe (pkt 23 i 26 ww. wyroku): należy przy tym zauważyć, że Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej nie wypowiedział się o sposobie pobierania przedmiotowego świadczenia, a jedynie o tym, że każdą kwotę wpłaconą na rzecz systemu promocyjnego przez przystępującego należy postrzegać - niezależnie od jej wysokości - jako świadczenie w rozumieniu pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29;
- 2) po drugie, istnienie związku między świadczeniami wpłacanymi przez nowo przystępujących członków a wynagrodzeniem pobieranym przez istniejących członków (pkt 27 ww. wyroku): Trybunał zauważył także, że system ma strukturę piramidy, jeśli składa się z różnych poziomów, zaś na szczycie znajduje się podmiot prowadzący, a nadto pozyskiwanie nowych członków następuje w sposób zbiorowy i wykazuje wzrost wykładniczy; do poczynienia takich ustaleń niezbędne jest wykazanie, że wynagrodzenie wypłacane na rzecz obecnych członków systemu jest uzależnione przede wszystkim od świadczeń wykonywanych przez nowo pozyskiwanych członków.

Stanowisko Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej wskazuje, że w systemie typu piramida nie ma obowiązku wprowadzania innych osób do systemu jednak jest to warunek konieczny do otrzymania wynagrodzenia (uzyskania korzyści materialnych) z takiego systemu, gdyż zgodnie z definicją ustawową jest ono uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.



[23] Zdaniem Prezesa Urzędu działania przedsiębiorcy dotyczące Programu wskazują na założenie, prowadzenie oraz propagowanie systemu promocyjnego typu piramida. Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w przywołanym wyżej przepisie, koniecznym jest wypełnienie łącznie następujących przesłanek tj.:

1) przedsiębiorca musi utworzyć, prowadzić lub propagować określony system promocyjny:

Zorganizowany przez Promoteam Program, został stworzony w celu motywowania uczestników do promocji projektu, w wyniku czego uzyskują oni profity, które wynikają z algorytmu liniowego. Działania te były podejmowane w celu zachęcania innych osób do przystąpienia do Programu, udziału w nim i dokonywaniu określonych wydatków (m.in. zakupu tzw. „pozycji”);

2) w ramach systemu konsument musi wykonywać świadczenie za możliwość (obietnicę) uzyskania korzyści materialnych:

Rozważając niniejszą przesłankę, koniecznym jest rozstrzygnięcie, czy osoby, do których wyżej wskazani przedsiębiorcy kierują ofertę udziału w opracowanym modelu zarobkowym, posiadają przymiot konsumenta.

Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje, że oferta, oprócz podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, kierowana jest także do osób fizycznych posiadających zdolność do czynności prawnych. Zgodnie z art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2019 r. poz. 1145 ze zm.): *Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.*

Konsument może zostać uczestnikiem Programu poprzez samodzielną rejestrację lub za pośrednictwem linku referencyjnego innego użytkownika. W przypadku samodzielnej rejestracji zostaje on przypisany automatycznie do zarejestrowanego wcześniej uczestnika Programu.

Strona postępowania - jako organizator Programu - zachęca do nabywania tzw. „pozycji”, które mają gwarantować stały i cykliczny zysk. Świadczeniem, w zamian za które obiecywana jest korzyść majątkowa jest właśnie zakup „pozycji”. Uczestnik Programu, przy spełnieniu wymogu w postaci zakupu co najmniej jednej nowej „pozycji” raz w miesiącu, miał zagwarantowane wynagrodzenie w wysokości 0,008 BTC z każdej „pozycji”, która została „zamknięta”. Oznacza to, że zakupiona „pozycja” znalazła się na końcu algorytmu liniowego. 0.003 BTC miało trawić do Salda Głównego, zaś 0,005 BTC było przeznaczone na automatyczną reinwestycję i zakup „pozycji”. Ponadto, co zostało opisane powyżej, uczestnik Programu mógł czerpać dodatkowy dochód w przypadku zakupu przez poleconego przez niego innego Uczestnika „pozycji”. Prowizja od zakupu każdej „pozycji” dla osoby polecającej wynosiła 10 %.

3) Korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży czy konsumpcji produktów.



Istotą omawianej praktyki rynkowej jest utworzenie struktury (programu partnerskiego opartego na algorytmie liniowym) i propozycja zachęcania innych do udziału w tym systemie, której to propozycji towarzyszy obietnica korzyści w zamian za pozyskanie kolejnego uczestnika. Takie cechy posiada Program organizowany przez Promoteam. Wynagrodzenie i profity dla uczestników Programu, w tym konsumentów, są uzależnione od nabywania nowych „pozycji” przez przystępujących do Programu partnerów. Wyplata wynagrodzenia jest uzależniona od zakupu nowych „pozycji” przez kolejnych uczestników. Każdy uczestnik może wykupić dziennie 30 pozycji, każda o wartości 0,005 BTC. Uczestnik Programu jest również motywowany przez organizatorów do zachęcania nowych użytkowników do przystąpienia do Programu poprzez zapewnienie otrzymania dodatkowych profitów tj. 10 % wartości każdej zakupionej przez nowego uczestnika „pozycji”. Jak zostało opisane powyżej, oprócz dodatkowych profitów wynikających z rejestracji nowego uczestnika za pośrednictwem linku referencyjnego, wyplata wynagrodzenia jest uzależniona od tzw. „zamknięcia pozycji”, co w praktyce oznacza umieszczenie zakupionej „pozycji” - na początku „kolejki” w wyniku dołączenia do systemu i zakupu przez innych uczestników nowych „pozycji”. Opisany przez organizatorów sposób działania Programu wskazuje, że kapitał na wyplata wynagrodzenia i prowizji dla Uczestników pochodzi z zakupu nowych „pozycji”. Wyplata wynagrodzenia, zgodnie z podanymi przez organizatorów opisem, następowała w przypadku zamknięcia „pozycji”, czyli gdy dana „pozycja” znalazła się na końcu kolejki. Celem utrzymania „pozycji,” która znajdowała się najbliżej końca kolejki był natomiast obowiązek comiesięcznego nabywania co najmniej 1 nowej pozycji o wartości 0,005 BTC. W przeciwnym wypadku „pozycja” ulegała usunięciu. Oznacza to, że działalność Programu i wyplata wynagrodzenia była uzależniona od napływu nowego kapitału pochodzącego ze sprzedaży kolejnych „pozycji”.

TEAM-COIN.COM

1. ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W PROGRAMIE NALEŻY SIĘ **ZAREJSTROWAĆ** I WYKUPIĆ CO NAJMNIEJ JEDNĄ TZW. **POZYCJĘ**. KOSZT 1 POZYCJI TO **0.005 BTC**. MOŻNA DZIENNIE ZAKUPIĆ DO **30** POZYCJI.

2. PROGRAM OPARTY JEST O **ALGORYTM LINIOWY**. ALGORYTM LINIOWY TO USTAWIENIE WSZYSTKICH POZYCJI PARTNERÓW W 1 LINII. **JEDNA ZA DRUGĄ**.

10% - na konto firmy
10% - na konto główne osoby, która zaprosiła Marka lub Piotra do programu
Razem **20%**

Razem 2 pozycje
1 pozycja 1 pozycja
0.005 BTC 0.005 BTC

Marek Piotr

KASA 1

KASA 2
WYPŁATY

160%
HURRA!!!
Andrzej

(zrzut z ekranu - fragment filmiku promującego „Jak działa program Team-Coin”)

- [24] Zważywszy na fakt, iż organizator piramidy ma swoją siedzibę w Stanach Zjednoczonych Ameryki, informacyjnie Prezes Urzędu wskazuje, że tego rodzaju przedsięwzięcia są zabronione także na gruncie prawa amerykańskiego. I tak zgodnie z § 45 (sekcja 5) (a) (1) ustawy o Federalnej Komisji Handlu (Federal Trade Commission Act) bezprawne są działania lub praktyki handlowe, które są nieuczciwe lub wprowadzają w błąd (*unfair or deceptive acts or practices in or affecting commerce, are hereby declared unlawful*). Nadto, jak wynika z wytycznych wydanych przez Federalną Komisję Handlu, w tym z dokumentu zatytułowanego „Stanowisko w zakresie wprowadzania w błąd”³, czy praktyki orzeczniczej w tym zakresie⁴, odpowiedni organ federalny Stanów Zjednoczonych Ameryki uznaje systemy typu piramida za nielegalne i stosuje odpowiednie sankcje z tego tytułu.
- [25] Prezes Urzędu wskazuje dodatkowo, że w literaturze przedmiotu pojawiło się wiele zróżnicowanych definicji pojęcia „piramida finansowa”⁵. W polskich przepisach nie zostało przy tym zdefiniowane pojęcie piramidy finansowej w rozumieniu całościowego modelu prowadzenia działalności gospodarczej – pojęcie „system promocyjny typu piramida” odnosi się do konstrukcji modeli sprzedaży. Według M. Pachuckiego piramida finansowa to struktura, w której zysk uczestnika jest uzależniony od późniejszych wpłat innych osób, będących niżej w strukturze piramidy⁶. Podobną definicję „piramidy finansowej” prezentuje amerykańska Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (U.S. Securities and Exchange Commission, dalej także: „SEC”), zgodnie z którą jest to oszustwo inwestycyjne, które zakłada wypłatę rzekomych zysków istniejącym inwestorom z funduszy wniesionych przez nowych inwestorów. SEC wskazuje przy tym, że inicjatorzy przedsięwzięcia, bazując na schemacie Ponziego (czyli najbardziej klasycznym przykładzie piramidy, przyp. Prezesa UOKiK), skupiają się głównie na zwerbowaniu nowych uczestników tak, aby dotychczasowi uczestnicy byli zadowoleni z inwestycji⁷. P. Masiukiewicz podkreśla, że pomimo różnic, przedstawiane definicje „piramidy finansowej” mają wiele cech wspólnych, przede wszystkim istnieniu inicjatora – założyciela piramidy, który przez obietnicę zysków zachęca do uczestnictwa w strukturze. Autor ten proponuje następującą definicję: „*działalność przedsiębiorstwa finansowego, polegającą na przyjmowaniu środków finansowych, w celu inwestowania z wysoką stopą zwrotu (cel deklarowany); cel ten jednak nie jest realizowany w ogóle lub w dostatecznym stopniu, co powoduje spiralę strat*”⁸.

Doręczenie pism:

- [26] Zgodnie z art. 40 § 4 i 5 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r. poz. 256 i 695, dalej także: k.p.a.)

³ FTC Policy Statement on Deception z 14 października 1983 r. dostępne na:

https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/410531/831014deceptionstmt.pdf

⁴ Nakaz (Stipulated Order) opublikowany 2 października 2019 r. w sprawie prowadzonej przeciwko AdvoCare International L.P. dostępny na:

https://www.ftc.gov/system/files/documents/cases/stipulated_order_advocare.pdf

⁵ P. Antonowicz, Ł. Szarmach, Teorie i praktyka funkcjonowania piramidy finansowej versus studium przypadku upadłości Amber Gold, „Zarządzanie i Finanse” 2013, nr 1/2;

⁶ M. Pachucki, *Piramidy i inne oszustwa na rynku finansowym. Poradnik klienta usług finansowych*, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2012, s. 6 i nast.,

⁷ P. Masiukiewicz, *Piramidy Finansowe. Teoria, Regulacje, Praktyka*, PWN, Warszawa 2015, s. 14,

⁸ P. Masiukiewicz, *ibidem*, s. 15 i nast.,



w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów strona, która nie ma miejsca zamieszkania lub zwykłego pobytu albo siedziby w Rzeczypospolitej Polskiej, innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej albo państwie członkowskim Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) - stronie umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym, jeżeli nie ustanowiła pełnomocnika do prowadzenia sprawy zamieszkałego w Rzeczypospolitej Polskiej i nie działa za pośrednictwem konsula Rzeczypospolitej Polskiej, jest obowiązana wskazać w Rzeczypospolitej Polskiej pełnomocnika do doręczeń, chyba że doręczenie następuje za pomocą środków komunikacji elektronicznej. W razie niewskazania pełnomocnika do doręczeń przeznaczone dla tej strony pisma pozostawia się w aktach sprawy ze skutkiem doręczenia. Treść art. 40 § 4 k.p.a., który w przywołanej formie obowiązuje od 3 lipca 2019 roku, w momencie kierowania do Przedsiębiorcy pierwszego wezwania brzmiała inaczej⁹, jednak w niniejszej sprawie nie wpływa to na obowiązek strony postępowania administracyjnego posiadającej siedzibę w Stanach Zjednoczonych Ameryki do ustanowienia pełnomocnika do prowadzenia sprawy lub co najmniej pełnomocnika do doręczeń zamieszkałego w Rzeczypospolitej Polskiej.

[27] W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu w piśmie skierowanym do ujawnionej w odpowiednim rejestrze siedziby Promoteam w Stanach Zjednoczonych Ameryki, które zostało doręczone, poinformował o skutkach braku ustanowienia pełnomocnika do prowadzenia sprawy zamieszkałego na terenie Rzeczypospolitej Polskiej lub wskazania pełnomocnika do doręczeń. Tym samym zachodzą podstawy do przyjęcia, że kierowane do Promoteam pisma pozostawione w aktach sprawy również zostały skutecznie doręczone.

[28] Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, korzyści gwarantowane przez organizatora Programu dla uczestników są uzależnione przede wszystkim od wprowadzania nowych osób do struktury. W konsekwencji należy stwierdzić, iż działanie przedsiębiorcy związane z naruszeniem przepisów prawa oraz stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej wskazują na naruszenie interesów konsumentów w wymiarze zbiorowym.

[29] Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt I sentencji decyzji.

Ad II sentencji decyzji

[30] Zgodnie z art. 80 ustawy u.o.k.i.k. Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

[31] Natomiast stosownie do art. 77 ust. 1 u.o.k.i.k., jeżeli w wyniku postępowania stwierdzono naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

⁹ Art. 40 § 4 k.p.a. w brzmieniu do 2 lipca 2019 r.: *Strona, która nie ma miejsca zamieszkania lub zwykłego pobytu albo siedziby w Rzeczypospolitej Polskiej lub innym państwie członkowskim Unii Europejskiej, jeżeli nie ustanowiła pełnomocnika do prowadzenia sprawy zamieszkałego w Rzeczypospolitej Polskiej i nie działa za pośrednictwem konsula Rzeczypospolitej Polskiej, jest obowiązana wskazać w Rzeczypospolitej Polskiej pełnomocnika do doręczeń, chyba że doręczenie następuje za pomocą środków komunikacji elektronicznej.*



- [32] Zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. do kosztów postępowania zalicza się między innymi koszty doręczenia stronom pism urzędowych.
- [33] Stosownie natomiast do art. 264 § 1 k.p.a., jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- [34] Postępowanie zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przez Promoteam przepisów u.o.k.i.k. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa UOKiK w toku przedmiotowego postępowania, które wynosiły 21,90 zł.
- [35] Mając powyższe na uwadze, Prezes UOKiK orzekł, jak w pkt II sentencji decyzji.
- [36] Ww. koszty należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na podany rachunek bankowy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Gdańsku
Roman Jarząbek

POUCZENIA:

- I. Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2019 r. poz. 1460 ze zm., dalej także: k.p.c.), od niniejszej decyzji przysługuje stronie 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 Gdańsku.
- II. W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt III sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 k.p.a. w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 u.o.k.i.k. w zw. z art. 479³² § 1 k.p.c., stronie 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 Gdańsku.
- III. Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2020 r. poz. 755), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu - w kwocie 500 zł.
- IV. Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 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
- V. 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.
- VI. Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego 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.

Otrzymuje:

1. **MK PROMOTEAM LLC**
1621 Central Ave Cheyenne
WY 82001 (Wyoming, USA)
2. a/a