



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

Łódź, 19 sierpnia 2024 r.

RŁO.610.6.2022.RB

DECYZJA Nr RŁO 1/2024

„informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]”

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2024 poz. 594 - dalej: „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”) w związku z art. 13 ustawy z dnia 9 marca 2023 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 852), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim (nr KRS 0000867429),

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

uznaje za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim polegające na:

- 1) prezentowaniu, w ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets (<https://www.klimexcm.com/pl/>) w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd co do cech tych produktów, poprzez wyeksponowanie jedynie korzyści związanych z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego, z pominięciem istotnych informacji o ryzyku, z jakim może wiązać się zawarcie tej umowy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1, ust. 4 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), a w konsekwencji praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- 2) braku oznaczenia, jako treści reklamowych, informacji odnoszących się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną Vantage Global Limited z siedzibą w Port

Vila, Vanuatu, zawartych w materiałach szkoleniowych prezentowanych konsumentom podczas organizowanych szkoleń, ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem między innymi strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube, co może wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie charakteru tychże materiałów, a przez to wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i nakazuje zaniechanie ich stosowania.

II. Na podstawie art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nadaje niniejszej decyzji w zakresie pkt I sentencji decyzji rygor natychmiastowej wykonalności.

III. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada na 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów opisanego w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, poprzez:

1) opublikowanie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na swój koszt, na swojej stronie internetowej, która na dzień sporządzenia przedmiotowej decyzji mieści się pod adresem <https://kamil-partyka.pl/>, oświadczenia o treści:

„3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim informuje, iż Prezes UOKiK wydał decyzję nr RŁO 1/2024 z dnia 19 sierpnia 2024 r. stwierdzającą stosowanie przez 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1) prezentowaniu, w ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets (<https://www.klimexcm.com/pl/>) w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd co do cech tych produktów, poprzez wyeksponowanie



jedynie korzyści związanych z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego, z pominięciem istotnych informacji o ryzyku, z jakim może wiązać się zawarcie tej umowy;

- 2) *braku oznaczenia, jako treści reklamowych, informacji odnoszących się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną Vantage Global Limited z siedzibą w Port Vila, Vanuatu, zawartych w materiałach szkoleniowych prezentowanych konsumentom podczas organizowanych szkoleń, ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem między innymi strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube, co może wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie charakteru tychże materiałów;*

Szczegółowe informacje dostępne są w treści decyzji Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024 z dnia 19 sierpnia 2024 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem www.uokik.gov.pl”

Oświadczenie to będzie spełniało następujące wymagania:

- oświadczenie zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny pod adresem <https://kamil-partyka.pl/>, bez możliwości zamknięcia, z możliwością jego zwinięcia przez użytkownika w taki sposób, aby widoczna była skrócona treść: „Decyzja stwierdzająca Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024. Więcej informacji tutaj”, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego oświadczenia; przy ponownym wejściu na ww. stronę użytkownikowi wyświetlona zostanie skrócona treść, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego oświadczenia przez użytkownika,
- oświadczenie zostanie sformułowane czarną czcionką na białym tle oraz wyjustowane,
- zastosowana dla oświadczenia czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki używanej w nagłówkach na stronie internetowej <https://kamil-partyka.pl/>,
- fragmenty oświadczenia „decyzji Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024” (przy pełnej treści) oraz „Decyzja stwierdzająca Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024” (przy skróconej treści), będą stanowić hipertęcza (linki) przekierowujące do niniejszej decyzji opublikowanej w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl,
- w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy dawnej i nowej przedsiębiorcy,
- w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej dotyczącej działalności 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim,



- oświadczenie będzie dostępne na stronie internetowej <https://kamil-partyka.pl/> przez okres 6 miesięcy od daty zamieszczenia;
- 2) opublikowanie w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, za pośrednictwem kont w portalu społecznościowym Facebook: www.facebook.com/KamilKPartyka, www.facebook.com/groups/dominatemarkets, www.facebook.com/groups/2876516029261749, www.facebook.com/groups/tradingmoneymaker, www.facebook.com/groups/wyzwaniemastermoney komunikatu o treści:

„3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim informuje, iż Prezes UOKiK wydał decyzję nr RŁO 1/2024 z dnia 19 sierpnia 2024 r. stwierdzającą stosowanie przez 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- 1) prezentowaniu, w ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets (<https://www.klimexcm.com/pl/>) w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd co do cech tych produktów, poprzez wyeksponowanie jedynie korzyści związanych z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego, z pominięciem istotnych informacji o ryzyku, z jakim może wiązać się zawarcie tej umowy;*
- 2) braku oznaczenia, jako treści reklamowych, informacji odnoszących się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną Vantage Global Limited z siedzibą w Port Vila, Vanuatu, zawartych w materiałach szkoleniowych prezentowanych konsumentom podczas organizowanych szkoleń, ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem między innymi strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube, co może wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie charakteru tychże materiałów;*

Szczegółowe informacje dostępne są w treści decyzji Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024 z dnia 19 sierpnia 2024 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem www.uokik.gov.pl”.

Komunikat ten będzie spełniał następujące wymagania:

- komunikat zostanie sformułowany standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym,



- fragment komunikatu: „decyzji Prezesa UOKiK nr RŁO 1/2024” będzie stanowić hiperłącze (link) przekierowujące do niniejszej decyzji opublikowanej w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl,
- komunikat będzie dostępny za pośrednictwem konta w portalu społecznościowym Facebook przez okres 6 miesięcy od daty zamieszczenia,
- komunikat zostanie podpisany w górnej części konta w portalu społecznościowym Facebook, a podpisanie pozostanie aktualne przez okres 6 miesięcy od daty zamieszczenia komunikatu.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada na 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim:

- 1) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 172 050,00 zł (stu siedemdziesięciu dwóch tysięcy pięćdziesięciu złotych)**, płatną do budżetu państwa,
- 2) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 137 640,00 zł (stu trzydziestu siedmiu tysięcy sześciuset czterdziestu złotych)**, płatną do budżetu państwa,

V. Na podstawie art. 106b ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada na Kamila Krzysztofa Partykę - członka zarządu pełniącego funkcję prezesa zarządu 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim

- 1) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 60 000,00 zł (słownie: sześćdziesięciu tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa,



2) w związku z umyślnym dopuszczeniem do naruszenia przez przedsiębiorcę 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie wskazanym w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji **karę pieniężną w wysokości 40 000,00 zł (słownie: czterdziestu tysięcy złotych)**, płatną do budżetu państwa.

VI. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 i art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1, art. 263 § 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775 ze zm. - dalej: „Kodeks postępowania administracyjnego”), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim,

- Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

postanawia obciążyć 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim kosztami niniejszego postępowania w wysokości 332,20 zł (słownie: trzystu trzydziestu dwóch złotych dwudziestu groszy) oraz zobowiązać przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

(1) Na podstawie otrzymywanych sygnałów rynkowych dotyczących nieprawidłowości na rynku szkoleń finansowo-inwestycyjnych (względnie doradztwa inwestycyjnego), promowania inwestycji i/lub zarządzają portfelami inwestycyjnymi Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK”) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością podmiotów, które prowadzą szkolenia finansowo-inwestycyjne bądź doradztwo (pośrednictwo) inwestycyjne lub promują określone inwestycje lub zarządzają portfelami inwestycyjnymi nastąpiło naruszenie przepisów prawa uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie stosowania przez te podmioty praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów lub podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach (sygn. akt RŁO.405.4.2020).

(2) W toku tego postępowania wyjaśniającego poddano również analizie działalność 3P Consulting Group Sp. z o.o. z siedzibą w Piotrkowie Trybunalskim (dalej: „Spółka” lub „3P Consulting Group”).



- (3) Wyniki analizy materiału dowodowego zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego wykazały istnienie podstaw do postawienia Spółce zarzutu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (4) W związku z tym, postanowieniem nr 1/610.6.2022 z dnia 30 czerwca 2022 r. (karty nr 2 - 22) Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w sentencji decyzji.
- (5) Jednocześnie, postanowieniem z tego samego dnia nr 2/610.6.2022 (karty nr 23 - 24) zaliczono w poczet dowodów postępowania materiał dowodowy ze wskazanego powyżej postępowania wyjaśniającego w postaci pism Spółki wraz z załącznikami, udostępnienia danych jednostkowych z PESEL, protokołów z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisach społecznościowych i internetowych, protokołu kontroli Spółki wraz z załącznikami, pism [xxx], protokołu kontroli [xxx] wraz z załącznikami.
- (6) Pismem z dnia 30 czerwca 2022 r. (karty nr 25 - 27) Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
- (7) 3P Consulting Group ustosunkował się do postawionych zarzutów w piśmie (wraz z załącznikami) z dnia 29 grudnia 2022 r. (karty nr 706 - 735).
- (8) W piśmie Spółka podniosła, że Prezes Urzędu nie wskazał przyczyny zastosowania wobec niej decyzji Komisji Nadzoru Finansowego nr DAS.456.2.2019 z dnia 01 sierpnia 2019 r. Spółka przekazała, iż nie jest dostawcą CFD ani substytutem takiego dostawcy, o których mowa w tejże decyzji, oraz że przedstawia stosowne pouczenia o ryzyku.
- (9) Spółka podniosła także, iż Prezes UOKiK nie wyraził zainteresowania stworzeniem konta dostępowego do platformy e-learningowej (umożliwiającej między innymi dostęp do niepublicznych materiałów opublikowanych w portalu YouTube) pomimo złożenia takiej oferty w postępowaniu wyjaśniającym.
- (10) 3P Consulting Group podkreślił także, iż wskazane w postanowieniu o wszczęciu niniejszego postępowania materiały opublikowane za pośrednictwem portalu YouTube nie są ogólnodostępne (są niepubliczne). Spółka wskazała również, że na stronie www.kamil-partyka.pl nie są udostępniane żadne materiały przedstawione we wskazanym postanowieniu o wszczęciu, gdyż jest to strona główna, na której nie ma żadnych nagrań ani linków do tych nagrań. Przedmiotowe materiały są dostępne dopiero po uzyskaniu bezpośredniego linku od Spółki. Taki link, według oświadczenia Spółki, mogą dostać tylko osoby, które wcześniej zapiszą się na webinar/szkolenie online podając swoje dane. 3P Consulting Group oferuje w sposób ogólnodostępny (publiczny) tylko materiały posiadające walor edukacyjny i ostrzegający:

– [xxx]



- [xxx]
- [xxx]
- [xxx]
- [xxx]

(11) Ponadto, Spółka podniosła także, iż materiały wskazane w pkt 23 i 38 uzasadnienia postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania są drugą i trzecią częścią serii nagrań składającej się z trzech części. 3P Consulting Group wskazał, iż na portalu Facebook zamieszczone zostało nagranie zatytułowane „Odchodzę z Fraktal Trader”, w którym Kamil Partyka będący wcześniej głównym szkoleniowcem cyt. „spółki [xxx]” mówi o zaproszeniu na webinar, kierowane było wyłącznie do absolwentów tejże spółki, czyli do osób, które ukończyły już szkolenie z tradingu (handlu na CFD). Link do tego nagrania znajduje się pod adresem:

<https://www.facebook.com/KamilKPartyka/videos/304479053962153>

(12) We wskazanym powyżej materiale (webinarze) zawarto informacje, iż jest on przeznaczony dla osób, które ukończyły warsztaty prowadzone przez cyt. „spółkę [xxx]”, o procencie osób tracących swoje środki i powodach ich utraty oraz przedstawiono zapis do formularza dla zainteresowanych usługami [xxx].

(13) Dodatkowo Prezes Urzędu miał pominąć również niepubliczny materiał znajdujący się na portalu YouTube pod adresem [xxx]. Nagranie to ma znajdować się również na platformie e-learningowej, do której bezpłatnie zapisywali się uczestnicy szkolenia pod nazwą [xxx]. Na tej platformie i pod tym nagraniem znajduje się informacja o ryzyku, o reklamie VANTAGE (Klimex) oraz o otrzymywaniu wynagrodzenia z tego tytułu.

(14) W odniesieniu do sygnałów o nieprawidłowościach (pkt 1 uzasadnienia postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania) Spółka wskazała, iż pochodzą one od [xxx]. W załączeniu do przedmiotowego pisma Spółka przekazała także materiały mające świadczyć o nieprzestrzeganiu przez te podmioty powszechnie obowiązującego prawa. Dodatkowo Spółka podniosła, iż do dnia sporządzenia przedmiotowego pisma [xxx], ani nikt inny związany z podmiotami działającymi na rynku szkoleń finansowo-inwestycyjnych, w których działał lub działa [xxx] nie usłyszał zarzutów karnych w takiej sprawie.

(15) Spółka wskazała również, iż Prezes Urzędu w ogóle nie zainteresował się działalnością innych podmiotów działających na rynku szkoleń finansowo-inwestycyjnych. W załączeniu do przedmiotowego pisma przekazała również listę podmiotów prowadzących tego rodzaju szkolenia.

(16) Zawiadomieniem z dnia 28 listopada 2022 r. (karty nr 694 - 695) strony zostały zawiadomione o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.



- (17)W dniu 16 stycznia 2023 r. wydane zostało postanowienie o uzupełnieniu materiału dowodowego (karty nr 736 - 737).
- (18)Postanowieniem z dnia 13 marca 2023 r. (karty nr 754 - 755) zawieszone zostało niniejsze postępowanie z powodu braku organu uprawnionego do reprezentowania Spółki.
- (19)Postanowieniem z dnia 13 maja 2024 r. (karty nr 766 - 767) Prezes Urzędu podjął z urzędu zawieszone postępowanie z uwagi na ustanowienie kuratora upoważnionego do reprezentowania Spółki.
- (20)Zawiadomieniem z dnia 24 maja 2024 r. (karty nr 773 - 774) strony zostały zawiadomione o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.
- (21)Postanowieniem z dnia 17 czerwca 2024 r. uzupełniony został materiał dowodowy, w związku z powyższym zawiadomieniem z tego samego dnia strony zostały poinformowane o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (karty nr 784 - 788).
- (22)Spółka nie skorzystała z przysługującego jej w tym zakresie prawa.
- (23)Kamil Krzysztof Partyka - członek zarządu pełniący funkcję prezesa zarządu 3P Consulting Group (dalej: „Kamil Partyka”) nie skorzystał z przysługującego mu w tym zakresie prawa.

Stan faktyczny

Przedsiębiorca (profil działalności)

- (24)Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000867429. Zakres prowadzonej przez Spółkę działalności obejmuje m.in. pozostałą finansową działalność usługową, gdzie indziej niesklasyfikowaną, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (PKD 64.99.Z). Ponadto, jako przedmiot pozostałej działalności wpisane zostały także między innymi pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane (PKD 85.59.B).

[dowód: wydruk z Centralnej Informacji Krajowego Rejestru (karty nr 38 - 40)]

- (25)3P Consulting Group prowadzi działalność, według złożonego oświadczenia, na całym świecie. Ponadto, Spółka wskazała jako grupę docelową prowadzonej działalności gospodarczej [xxx].

[dowód: pismo Spółki z dnia 03 kwietnia 2021 r. (karty nr 33 i 35)]

- (26)3P Consulting Group prowadzi działalność gospodarczą w zakresie prowadzenia szkoleń inwestycyjnych. Z oświadczeń złożonych przez Spółkę w trakcie prowadzonego postępowania wyjaśniającego wynika, że przed zaoferowaniem płatnego szkolenia o nazwie Trading Money Maker konsument otrzymuje najpierw



dostęp do darmowego szkolenia z finansów (kredyty, leasing itp.) o nazwie Master Money Management. Po odbyciu darmowego szkolenia konsument otrzymuje ofertę nabycia wspomnianego powyżej szkolenia o nazwie Trading Money Maker. Dopiero po odbyciu wcześniejszego darmowego szkolenia można zakupić płatne szkolenie.

[dowód: pismo Spółki z dnia 03 kwietnia 2021 r. (karta nr 33 i 34)]

(27) Z pozyskanych w trakcie opisanego wyżej postępowania wyjaśniającego rejestrów sprzedaży¹ wynika, że Spółka przeprowadziła co najmniej:

- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx].

Łącznie w powyższym okresie Spółka przeprowadziła [xxx].

[dowód: rejestry sprzedaży (karty nr 505 - 547, 753 - załącznik pendrive)]

(28) Z pozyskanych w trakcie niniejszego postępowania rejestrów sprzedaży wynika, że Spółka przeprowadziła co najmniej:

- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];

¹ Rejestr sprzedaży jest to podstawowa ewidencja, w której wykazywana jest podstawa opodatkowania oraz wartość podatku należnego w podziale według stawek podatku. To dokument niezbędny do prawidłowego sporządzenia deklaracji VAT.

- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx].

Łącznie w powyższym okresie Spółka przeprowadziła [xxx].

[dowód: rejestry sprzedaży (karta nr 753 - załącznik pendrive)]

(29) Z pozyskanych w trakcie niniejszego postępowania rejestrów sprzedaży usług poza krajem wynika, że Spółka przeprowadziła co najmniej następujące transakcje z podmiotem określonym jako [xxx]:

- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx];
- [xxx].

Łącznie w powyższym okresie Spółka przeprowadziła [xxx].

[dowód: rejestry sprzedaży (karta nr 753 - załącznik pendrive)]

(30) Z informacji przekazanych przez Naczelnika Urzędu Skarbowego w Piotrkowie Trybunalskim wynika, że Spółka złożyła zeznanie podatkowe [xxx].

[dowód: pismo Naczelnika Urzędu Skarbowego w Piotrkowie Trybunalskim (karta nr 553)]

(31) Spółka zamieściła w portalu finansowym sprawozdanie finansowe jedynie za okres od 29 października 2020 r. do 31 grudnia 2021 r.

[dowód: https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df]

(32) Z informacji uzyskanych od Ministerstwa Finansów - Departamentu Poboru Podatków wynika, że Spółka uzyskała [xxx]. Ministerstwo Finansów nie posiada danych [xxx].

[dowód: załącznik do pisma Ministerstwa Finansów - Departamentu Poboru Podatków (karty nr 790 - 793)]



- (33) Ustanowiony dla Spółki kurator złożył oświadczenie, iż nie posiada żadnych dokumentów ani informacji (w tym również tych dot. obrotów 3P Consulting Group) związanych z prowadzonym postępowaniem.

[dowód: mail z dnia 21 maja 2024 r. (karta nr 770)]

- (34) Prezesem zarządu Spółki był Kamil Partyka. W zarządzie nie ma innych osób, a Spółka [xxx]. Kamil Partyka przed objęciem funkcji Prezesa zarządu Spółki współpracował [xxx]. W ramach tej współpracy Kamil Partyka odbył szereg szkoleń z zakresu funkcjonowania rynków finansowych czy skutecznego pomnażania kapitału na bazie dostępnych instrumentów finansowych. [xxx] w przekazanym Kamilowi Partyce piśmie referencyjnym oświadczyła także, iż Kamil Partyka posiada bogate doświadczenie w tradingu na kontraktach CFD jako inwestor indywidualny, handlujący na zmienności walut, surowców a także indeksów giełdowych. W związku z powyższym Kamil Partyka przeprowadził szereg warsztatów stacjonarnych dla klientów, współpracowników i doradców [xxx] z zakresu inwestowania na rynkach finansowych. W trakcie trwania postępowania wyjaśniającego Spółka przekazała również dokumentację świadczącą o tym, że Kamil Partyka w dniu [xxx] ukończył kurs [xxx] organizowany przez [xxx] Ponadto, Kamil Partyka uczestniczył w szkoleniu na temat zagrożeń występujących na rynku finansowym oraz ich analizy. Szkolenie powyższe zostało zorganizowane w roku [xxx] przez [xxx] (Makler Papierów Wartościowych z uprawnieniami do wykonywania czynności doradztwa inwestycyjnego - [xxx]). W dniu 11 stycznia 2023 r. Kamil Partyka zrezygnował z pełnienia funkcji prezesa zarządu 3P Consulting Group.

[dowód: załączniki do pisma Spółki z dnia 03 kwietnia 2021 r. (karty nr 305 - 311), pismo wspólnika Spółki z dnia 13 stycznia 2023 r. (karta 743)]

- (35) W dniu 14 maja 2024 r. nadzwyczajne zgromadzenia wspólników Spółki powołało na prezesa zarządu Zbigniewa Tomasza Korczyńskiego.

[dowód: kopia uchwały nr 2 nadzwyczajne zgromadzenia wspólników Spółki z dnia 14 maja 2024 r. (karta nr 771 odwrót)]

- (36) Ze Spółką współpracuje [xxx]. Według oświadczenia Spółki jest on „osobą, która pomaga w prowadzeniu szkoleń”.

[dowód: pismo Spółki z dnia 03 kwietnia 2021 r. (karta nr 35), pismo Spółki z dnia 13 września 2021 r. (karta nr 292), kopia [xxx] (karta nr 494)]

- (37) Spółka oferuje swoje usługi między innymi za pośrednictwem strony <https://kamil-partyka.pl/> oraz mediów społecznościowych w tym portalu YouTube. Informacje, odnośniki do mediów społecznościowych, czy też linki do poszczególnych ofert odnoszących się do świadczonych przez Spółkę usług, zostały przekazywane jej kontrahentom po wypełnieniu przez nich formularza kontaktowego znajdującego się na wskazanej powyżej stronie internetowej. W zakresie prowadzenia strategii marketingowych za pośrednictwem mediów społecznościowych (w tym też portalu



[dowód: pismo Spółki z dnia 13 września 2021 r. (karta nr 292), pismo [xxx] z dnia 14 marca 2022 r. (karty nr 478 i 479)]

(38)W toku wspomnianego powyżej postępowania wyjaśniającego ustalono, iż 3P Consulting Group współpracuje z Vantage Global Limited z siedzibą w iCount Building, Kumul Highway, Port Vila, Vanuatu (dalej: „Vantage Global Limited”). Podmiot ten zarejestrowany jest w Vanuatu Financial Services Commission pod numerem 700271. Vanuatu Financial Services Commission jest organem regulującym pozabankowe usługi finansowe w kraju Vanuatu.

(40) Ponadto, Spółka wskazała również w odniesieniu do Klimex Capital Markets dane następującego podmiotu: Vantage International Group Limited z siedzibą w Artemis House, 67 Fort St, PO Box 2775, Grand Cayman KY1-1111. Oznaczenie tego podmiotu pojawia się również na stronie internetowej <https://www.klimexcm.com>.

[illegible]

(42) Zarówno na stronie pośredniczącej w zawieraniu umów o usługi szkoleniowe (kamil-partyka.pl) jak i w materiałach promujących te usługi brak jest informacji o tym, że Spółka [xxx] podmiotu określonego jako „Vantage”.

Współpraca Spółki z Klimex Capital Markets - Materiały szkoleniowe

- a)

[illegible]

[illegible][illegible]

[illegible]

(47)Poniżej znajdują się przykładowe skany z przedstawionego powyżej scenariusza:

[illegible]

b)

c)

17

d)

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Delegatura w Łodzi
ul. Gen. Romualda Traugutta 25 < 90-113 Łódź



e)

[illegible]

f)

[illegible]

[illegible][illegible]

(50) We wskazanym powyżej scenariuszu szkolenia brak jest oznaczenia, iż opisane w pkt. 43 - 47 informacje upowszechniane są jako treści reklamowe odnoszące się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną. Oznaczenia takiego nie ma również w scenariuszu szkolenia o nazwie Master Money Management.

[dowód: scenariusz szkolenia o nazwie Trading Money Maker (karty nr 329 - 341), pismo Spółki z dnia 03 kwietnia 2021 r. (karty nr 34 - 36), scenariusz szkolenia o nazwie Master Money Management (karty nr 41 - 283)]

Współpraca Spółki z Klimex Capital Markets - Materiały promocyjne

(51) W toku prowadzonej działalności Spółka promuje swoje usługi za pomocą między innymi materiałów audio-video publikowanych na stronie internetowej www.kamil-partyka.pl oraz na swoim kanale na portalu YouTube.

[dowód: załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie kamil.partyka.pl - płyta DVD (karta nr 421)]

(52) W toku wskazanego powyżej postępowania wyjaśniającego Spółka w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu złożyła oświadczenie, że osobą odpowiedzialną za przekazywanie informacji na temat usług oferowanych przez Vantage Global Limited jest [xxx], która reprezentuje ww. podmiot. 3P Consulting Group oświadczyło również, że przedstawienie oferty brokera Klimex Capital Markets jest dokonywane przez osobę reprezentującą brokera (czyli [xxx]), a nie przez Spółkę, dlatego też nie ma ona obowiązku przedstawiania danych o procentowej ilości osób, które poniosły wcześniej straty u danego dostawcy usług brokerskich.

[dowód: pismo Spółki z dnia 10 marca 2022 r. (karta nr 475)]

(53) Na stronie internetowej www.kamil-partyka.pl znajduje się następujące ostrzeżenie o ryzyku „Handel na rynkach wiąże się z ryzykiem, dlatego warto się edukować. Przeszłe wyniki nie gwarantują przyszłych. Treści przedstawione na stronie są prywatnymi opiniami autora i nie stanowią rekomendacji inwestycyjnych w rozumieniu Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 roku (Dz. U. z 2005 roku, Nr 206, poz. 1715). Autor nie ponosi odpowiedzialności za decyzje inwestycyjne podjęte na podstawie niniejszego artykułu, ani szkody.”.

[dowód: załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie kamil.partyka.pl - płyta DVD (karta nr 421)]

(54) Poniżej opisane zostaną materiały opublikowane przez 3P Consulting Group w których prezentowane były także usługi Klimex Capital Markets:

Publikacja zatytułowana „White Friday - Kamil Partyka”

(55) Publikacja audiowizualna początkowo ogólnie dostępna za pośrednictwem strony <https://kamil-partyka.pl/> (od dnia 27 listopada 2020 r.), a następnie od dnia 28 listopada 2020 r. również za pośrednictwem portalu YouTube [xxx].



[illegible]

Później na tym filmie zaprezentowane zostało następne rozwiązanie informatyczne - [xxx] także usprawniające działanie rachunku inwestycyjnego założonego za pośrednictwem platformy Klimex Capital Markets (50:28 - 52:52).

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Delegatura w Łodzi
ul. Gen. Romualda Traugutta 25 < 90-113 Łódź



(60)Następnie w ramach tej publikacji zaprezentowany został ponownie rachunek inwestycyjny Arka założony na portalu Klimex Capital Markets oraz ponownie przekazana została informacja, iż udało mu się zarobić około 80 000 zł.(1:37:56 - 1:43:25).

(62)W trakcie tej publikacji Kamil Partyka wskazał, że ma już dziesięcioletnie doświadczenie w tradingu (01:44:50).

(67)W końcowej części tej publikacji Kamil Partyka wyjaśnia w jaki sposób skorzystać z tej oferty oraz przedstawia dane osób przeznaczone do kontaktu w tej sprawie: [xxx] oraz [xxx] (02:10:55 - 02:15:05). Przy czym [xxx] została określona jako „osoba odpowiedzialna za kontakt dotyczący konta” (02:11:10 - 02:11:21). W nagraniu tym przekazano również informację, że [xxx], jako członek zespołu 3P Consulting Group, będzie się kontaktował telefonicznie z osobami, które wyraziły chęć nabycia opisanych powyżej pakietów (02:12:12 - 02:12:28). Wskazany został również do kontaktu warszawski numer telefonu stacjonarnego, która to linia miał być obsługiwana przez [xxx] (02:13:40). Później wskazany został także numer telefonu komórkowego obsługiwanego przez [xxx] (02:14:45). Kamil Partyka przekazał także, iż osoby zainteresowane nabyciem wspomnianych pakietów mogą napisać SMS do [xxx] na wskazany numer telefonu. Ponadto, Kamil Partyka przekazał również, iż z tej oferty może skorzystać każda osoba nią zainteresowana (02:25:42).

(68)W publikacji tej nie brała czynnego udziału osoba określona jako „[xxx]”.

(69)We wskazanej powyżej publikacji brak jest oznaczenia, iż zawarte tam informacje upowszechniane są również jako treści reklamowe odnoszące się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną. W publikacji tej, w odniesieniu do promowania usług brokerskich, nie ma również informacji o ryzyku związanym z tego typu inwestycją, w szczególności brak jest zindywidualizowanego ostrzeżenia o ryzyku zawierającego dane o tym, ile rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD u Klimax Capital Markets.

[dowód: załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie kamil.partyka.pl - płyta DVD (karta nr 421), załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie YouTube - płyta DVD (karta nr 485)]

Publikacja zatytułowana „Strategie Oszczędzania i Pomnażania Pieniędzy - Live 2 grudnia 2020”

(70)Publikacja audiowizualna początkowo ogólnie dostępna za pośrednictwem strony <https://kamil-partyka.pl/> (od dnia 02 grudnia 2020 r.), a następnie od dnia 03 grudnia 2020 r. również za pośrednictwem portalu YouTube [xxx].

(71)Pod koniec tej publikacji Kamil Partyka ponownie prezentuje promocję usług brokerskich oferowanych za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets przedstawioną wcześniej w publikacji o nazwie „White Friday - Kamil Partyka” w części zatytułowanej „Money Makes Money” (fragment od 01:17:06).

(72)Następnie Kamil Partyka ponownie przedstawia trzy pakiety promocyjne w postaci: „BRONZE”, „SILVER” oraz „GOLD” (01:17:30). Odnosząc się do pakietu określonego jako „GOLD” Kamil Partyka wskazuje, iż brak już jest możliwości skorzystania z [xxx] (01:18:40).



[illegible][illegible]

(76)W publikacji tej nie brała czynnego udziału osoba określona jako „/xxx/”.

[dowód: załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie kamil.partyka.pl - płyta DVD (karta nr 421), załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie YouTube - płyta DVD (karta nr 485)]

(78) Publikacja audiowizualna początkowo ogólnie dostępna za pośrednictwem strony <https://kamil-partyka.pl/> (od dnia 19 września 2021 r.), a następnie również za pośrednictwem portalu YouTube.

[illegible]

(80) Następnie Kamil Partyka zaprezentował osobę określoną jako „Kamil” (29:14 - 40:39), który ma zawodowo zajmować się „budowlanką”. Dalej zostało zaprezentowane podsumowanie dokonanych przez niego transakcji za pośrednictwem rachunku inwestycyjnego prowadzonego przez Klimex Capital Markets (37:23). Z podsumowania tego wynika, iż 73% transakcji przyniosło zysk, 27% stratę, a bilans wyniósł +49,44%. Ponadto, podczas tej rozmowy Kamil Partyka przekazał informację, że „Kamil” transakcji tych dokonał na „realnym” koncie, a nie na tym w wersji demo (39:06).

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Delegatura w Łodzi
ul. Gen. Romualda Traugutta 25 < 90-113 Łódź



[illegible]

(83)W dalszej części tej publikacji (50:02 - 57:03) Kamil Partyka rozpoczyna promowanie usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem Klimex Capital Markets w ramach projektu [xxx]. Kamil Partyka przekazał, że rozwiązania przez niego zaproponowane mają pomóc w przypadku wysokiej inflacji. W ramach tej akcji promocyjnej wniesiony nowy depozyt powinien wynosić 1000 dolarów, euro bądź funtów. W przypadku założenia takiego rachunku konsument otrzymywał bonus w postaci 100% wkładu, z zastrzeżeniem, że środków dodatkowych nie mógł wypłacić, natomiast mógł on wypłacić osiągnięty z tego rachunku zysk. Ponadto, pakiet ten zawierał również możliwość bezpłatnego otrzymania dodatkowych korzyści w postaci: dostępu do szkoleń o nazwie [xxx], zestawu narzędzi tradingowych [xxx], aplikację [xxx].

(84)Promocja ta obowiązywała od [xxx]r. (57:54).

(86)Pod koniec tej publikacji (58:56 - 01:02:40) Kamil Partyka przekazał, iż depozyt powinien być nowy, aby wykorzystywać go do trenowania inwestowania za pomocą metody tzw. scalpingu, mniejsza kwota depozytu zaburzałaby potencjalne bezpieczeństwo, depozyt ten jest po to, aby uczyć się rzeczy związanych z zabezpieczaniem przed inflacją. Później, aż do końca tej publikacji, trwała sesja pytań i odpowiedzi odnosząca się do tej promocji oraz Kamil Partyka podsumował jeszcze raz warunki tej promocji.

(88) Ponadto, w trakcie trwania tej publikacji Kamil Partyka przeprowadził konkurs, którego nagrodą była kwota 1 000 dolarów na rachunku inwestycyjnym na platformie Klimex Capital Markets. Informacja o konkursie została przedstawiona już na

[illegible][illegible]

- (95)Podczas tego spotkania Kamil Partyka przedstawił również walory inwestycyjne związane z korzystaniem z platformy Klimex Capital Markets (43:07 - 43:25).
- (96)W trakcie tego spotkania Kamil Partyka przedstawił również ofertę szkolenia pod nazwą [xxx], podczas którego będzie między innymi prezentowane właściwości konta inwestycyjnego. Podczas tego szkolenia przewidziany został także wykład z osobą, która reprezentuje brokera (01:14:03).
- (97)Pod koniec spotkania Kamil Partyka przeprowadził konkurs, którego nagrodą była kwota 500 dolarów na rachunku inwestycyjnym na platformie Klimex Capital Markets. Osoba która wygra ten konkurs powinna założyć sobie konto na platformie Klimex Capital Markets i po kontakcie z reprezentantem tej platformy kwota ta zostanie przelana na to właśnie konto. Środki te będzie można wykorzystać do dalszego inwestowania, bądź dokonać wypłaty. (1:21:38 - 1:25:48).
- (98)W publikacji tej nie brała czynnego udziału osoba określona jako „[xxx]”.
- (99)We wskazanej powyżej publikacji brak jest oznaczenia, iż zawarte tam informacje upowszechniane są jako treści reklamowe odnoszące się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną. W publikacji tej, w odniesieniu do promowania usług brokerskich, nie ma również informacji o ryzyku związanym z tego typu inwestycją, w szczególności brak jest zindywidualizowanego ostrzeżenia o ryzyku zawierającego dane o tym, ile rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD u Klimax Capital Markets.

[dowód: załącznik do protokołu z utrwalenia treści publikacji zamieszczonych w serwisie kamil.partyka.pl - płyta DVD (karta nr 421)]

Ocena prawna ustalonych faktów

Naruszenie interesu publicznego

- (100)Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa UOKiK prowadzona jest w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa UOKiK ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa UOKiK 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.
- (101)W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Spółki, tj. wziąć udział w organizowanych przez Spółkę szkoleniach bądź też mogli zapoznać się z zaprezentowanymi powyżej materiałami reklamowymi przez nią rozpowszechnianymi. W tym miejscu wziąć także należy pod uwagę fakt, iż Spółka



sama określiła, iż zakresem swojego działania obejmuje „cały świat”. 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 bądź potencjalnych 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 3P Consulting Group dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

(102) Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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).

(103) Stwierdzenie przez Prezesa Urzędu stosowania przez 3P Consulting Group praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem stwierdzenia łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- 1) kwestionowane zachowania są działaniami przedsiębiorcy,
- 2) zachowania te są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- 3) zachowania te naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

(104) Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców* (Dz. U. z 2024 r. poz. 236). W myśl art. 4 ust. 1 ww. ustawy przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (art. 3 ww. ustawy).

(105) 3P Consulting Group jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000867429. Z odpisu z tegoż Rejestru wynika, że Spółka prowadzi działalność w zakresie m.in. pozostałą finansową działalność usługową, gdzie indziej niesklasyfikowaną, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych (PKD

64.99.Z). Działalność 3P Consulting Group ma zatem charakter zorganizowany, ciągły i zarobkowy. Wobec powyższego należy uznać, iż Spółka spełnia przesłanki, jakich wyżej powołane ustawy wymagają do uznania podmiotu za przedsiębiorcę. W konsekwencji jej działania mogą być poddane ocenie w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

- (106) Zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby 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.
- (107) 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.
- (108) W niniejszej sprawie skutkami działań Spółki dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszyscy konsumenci, do których kieruje ona swój przekaz reklamowy oraz którzy następnie zdecydowali się na uczestniczenie w szeroko rozumianych szkoleniach oferowanych przez Spółkę.



- (109)Zaznaczyć należy, że zarzucone 3P Consulting Group praktyki wprowadzające w błąd, naruszają bezpośrednio prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Spółkę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.
- (110)Nie ma zatem wątpliwości, że działania Spółki naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność

- (111)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.
- (112)Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną tj. niezależną od wystąpienia szkody czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych.
- (113)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 Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd 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).
- (114)W ocenie Prezesa Urzędu działania podejmowane przez Spółkę wypełniają znamiona bezprawności poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845 - dalej: „ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”).
- (115)Zgodnie z art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, 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.
- (116)Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule 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.

- (117) Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki wprowadzające konsumentów w błąd są związane z nabyciem produktu.
- (118) Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w jej art. 4 ust. 1 oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy.
- (119) Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, 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.
- (120) Artykuł 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi zaś, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1.
- (121) Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym), jak i zaniechaniu (art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).
- (122) Stosownie do art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

Model przeciętnego konsumenta

- (123) Stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej należy rozpatrywać w kontekście jej oddziaływania na przeciętnego konsumenta. Artykuł 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wskazuje, że przez

przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny.

- (124) Ustalenie modelu przeciętnego konsumenta dla konkretnej sprawy powinno odbywać się w odniesieniu do omawianej praktyki oraz 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 np. wiek.
- (125) Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej również „TSUE” lub „Trybunał”). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. Na każdym etapie zawarcia umowy przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany.²
- (126) Wskazać należy, że to charakter oferowanego produktu w rzeczywistości determinuje model przeciętnego konsumenta. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności do okoliczności konkretnego przypadku. Jak wynika z powyższej definicji przeciętnego konsumenta, ustawodawca wymaga od konsumenta rozsądku i uwagi, jednakże daje mu jednocześnie prawo do rzetelnej, niewprowadzającej w błąd informacji, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia produktu. Przeciętny konsument ma prawo przypuszczać, że jego kontrahent przygotowując swoją ofertę będzie działał zgodnie z przepisami prawa i dobrymi obyczajami. Przeciętny konsument korzysta z oferty przedsiębiorcy w dobrej wierze i oczekuje, że działania przedsiębiorcy będą sumienne i uczciwe.
- (127) Określając model przeciętnego konsumenta na potrzeby przedmiotowej sprawy, należy przyjąć, że - jak wynika to z doświadczenia Prezesa Urzędu, jego wiedzy oraz ustaleń w podobnych, analogicznych sprawach - przeciętnym konsumentem jest osoba, która nie ma doświadczenia w inwestowaniu lub posiada niewielkie doświadczenie, ale jest zainteresowana nowymi rozwiązaniami w dziedzinie

² Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51.

inwestowania i śledzi media społecznościowe lub ogólnodostępne informacje w sieci Internet (np. blogi) w celu uzyskania informacji na ten temat i poszerzania swojej wiedzy w interesującym go zakresie. Są to również osoby, które z uwagi na niską stopę zwrotu tradycyjnych sposobów oszczędzania/inwestowania zgromadzonego kapitału szukają alternatywnych rodzajów inwestycji. Są to więc konsumenci, którzy potrafią zrozumieć kierowane do nich informacje oraz umieją podjąć - w oparciu o ten przekaz - świadomą decyzję co do oferty, jeżeli tylko wiedza ta przekazana jest im w sposób zrozumiały i jednoznaczny.

(128) Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy wskazać należy przede wszystkim, że sama Spółka definiuje adresata swojej oferty wskazując, iż jest nim „[xxx]”. Podnieść także należy, iż z przyjętego przez Spółkę modelu działania wynika, że oferuje ona swoje usługi głównie za pośrednictwem strony internetowej oraz mediów społecznościowych w tym portalu YouTube. Uwzględniając powyższe, należy uznać, że oferta 3P Consulting Group co najmniej skierowana była do osób chcących poszerzyć zakres swojej wiedzy odnoszący się do różnego rodzaju modeli inwestycyjnych.

(129) Formułując model przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie należy wziąć pod uwagę również charakter oferowanych przez Spółkę produktów w postaci (jak to sama określiła) szkoleń inwestycyjnych. Z zebranego w sprawie materiału dowodowego wynika jednakże, iż produkt ten jest to usługa z elementami o charakterze szkoleniowym oraz elementem pośrednictwa i promocji usług firmy inwestycyjnej umożliwiającej zawieranie kontraktów CFD i innych inwestycji. W materiałach promujących te szkolenia oraz podczas samych szkoleń przedstawiana jest oferta zawarcia umowy rachunku inwestycyjnego za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets. W przypadku ocenianych praktyk mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, posiadającymi elementarną wiedzę na temat produktów oferowanych na szeroko pojętym rynku finansowym, których głównym zamierzeniem jest zaangażowanie swoich oszczędności w celu ich pomnażania. Komunikaty i działania Spółki mają na celu zainteresowanie konsumentów ofertą zawarcia umowy dotyczącej produktów o charakterze inwestycji. Komunikaty te mogą sprawiać wrażenie, iż odnoszą się do produktu, z którym nie jest związane istotne ryzyko utraty części lub całości zainwestowanych środków. Komunikaty te kierowane są zatem do konsumentów, którzy chcą ulokować zgromadzone oszczędności w przedsięwzięcie, które ma zapewnić im stosowny zysk. W związku z faktem, iż rachunki te oferowane są w materiałach promujących szkolenia oraz w samych szkoleniach inwestycyjnych należy przyjąć, iż konsumenci nie posiadają wiedzy na temat skomplikowanych produktów inwestycyjnych ani też doświadczenia w tym zakresie. Gdyby bowiem taką wiedzę posiadali nie wyrażali by woli szkolenia się w tym zakresie.

(130) Nadto, przeciętny konsument ma prawo zakładać, że działanie Spółki jako profesjonalisty charakteryzuje się uczciwością, a oferowane usługi będą świadczone



profesjonalnie i z zachowaniem należytej staranności. Konsument ma prawo oczekiwać, iż oferta i publikowane przez przedsiębiorcę materiały informacyjne (reklamowe) są rzetelne i nie zawierają ukrytych przekazów. Jednocześnie nie ma podstaw do tego aby nie ufać zamieszczanym w przez Spółkę materiałach szkoleniowych czy też promocyjnych deklaracjom. Podejmując decyzję o zawarciu umowy z danym kontrahentem (w tym przypadku Klimax Capital Markets) może zakładać, że deklaracje znajdują odzwierciedlenie w umowach, a tego typu inwestycje nie będą obarczone ryzykiem utraty środków. Za niedopuszczalne uznać należy podawanie wprowadzających w błąd informacji lub pomijanie istotnych informacji.

- (131) Wobec powyższego za przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy uznano osoby dorosłe, mające w planach poszerzenie swojej wiedzy finansowej, w tym również osoby starsze.

Firma inwestycyjna

- (132) Zgodnie z art. 3 pkt 33 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o obrocie instrumentami finansowymi (Dz.U. z 2024 r. poz. 722, dalej: ustawa o obrocie instrumentami finansowymi) za firmę inwestycyjną uważa się dom maklerski, bank prowadzący działalność maklerską, zagraniczną firmę inwestycyjną prowadzącą działalność maklerską na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz zagraniczną osobę prawną z siedzibą na terytorium państwa innego niż państwo członkowskie, prowadzącą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej działalność maklerską.
- (133) Vantage Global Limited jest przedsiębiorcą zarejestrowanym pod numerem 700271 w rejestrze prowadzonym przez organ regulujący pozabankowe usługi finansowe w Vanuatu - Vanuatu Financial Services Commission. Z ustalonego powyżej stanu faktycznego wynika, iż prowadzi on działalność pod handlową nazwą Klimex Capital Markets.
- (134) Jak wynika ze strony <https://www.klimexcm.com/pl/> podmiot ten świadczy usługi związane z rynkami Forex, indeksów CFD czy też towarów. Informacje na tej stronie są w języku polskim, a jak wynika z pozyskanego materiału dowodowego, do obsługi polskojęzycznych konsumentów dedykowano adresy mail i polskie numery telefonów obsługiwane przez osoby o polskich danych osobowych.
- (135) Uznać zatem należało, iż Vantage Global Limited spełnia przesłanki pozwalające na uznanie tego podmiotu za firmę inwestycyjną w rozumieniu ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

Ocena prawna poszczególnych zarzutów stawianych Spółce

Praktyka opisana w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji

- (136) Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija



istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zaś stosownie do art. 6 ust. 3 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Zgodnie natomiast z ust. 4 pkt 1 tego artykułu w przypadku propozycji nabycia produktu, za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności istotne cechy produktu w takim zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka komunikowania się z konsumentami i produktu.

(137) Odnosząc się do pierwszego z zarzutów wskazać należy, iż polski ustawodawca nie zdefiniował pojęcia „istotne informacje” dotyczące produktu. Można przyjąć, że są to informacje, które mogą wpłynąć na możliwość dokonania przez konsumenta racjonalnego wyboru, szczególnie takie, które mogą wpływać na to, że konsumenci mogą dzięki takiej informacji zawrzeć umowę właśnie z tym przedsiębiorcą. Z nieuczciwymi praktykami rynkowymi wprowadzającymi w błąd przez zaniechanie mamy do czynienia, kiedy przedsiębiorca pomija istotne informacje, do udzielenia których jest zobowiązany względem przeciętnego konsumenta. Stąd też, zarówno zatajenie przekazania informacji, jak i podanie informacji w sposób dwuznaczny, niezrozumiały, czy też w nieodpowiednim czasie mieści się w zakresie tej praktyki. Skutkiem takiego zachowania przedsiębiorcy jest powstanie błędnego wyobrażenia u konsumenta odnośnie do stanu rzeczywistego, co potencjalnie lub realnie może wpłynąć na podjęcie decyzji przez przeciętnego konsumenta, której inaczej mógłby nie podjąć³.

(138) W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu wskazuje, że w trakcie postępowania wyjaśniającego ustalono, że Spółka informuje konsumentów, za pośrednictwem materiałów promujących szkolenia, o możliwości otworzenia rachunku inwestycyjnego zapewniającego dostęp do różnych usług brokerskich (w tym również do kontraktów na różnicę - CFD). Standardy, w przypadku informacji przekazywanych w ramach oferowania tychże usług (a więc również rachunków inwestycyjnych), wyznaczane są przez przepisy ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, delegowanego Komisji (UE) 2017/565 uzupełniające dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy (dalej: rozporządzenie 2017/565), a w przypadku kontraktów na różnicę (CFD) - również decyzji **NR DAS.456.2.2019** Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 01 sierpnia 2019 r. w sprawie ustanowienia

³ tak w: Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - VI Wydział Cywilny z dnia 26 lipca 2016 r. VI ACa 660/15, www.orzeczenia.ms.gov.pl, *Legalis*.

ograniczeń w zakresie wprowadzania do obrotu, dystrybucji oraz sprzedaży klientom detalicznym kontraktów na różnicę (CFD) (dalej: decyzja KNF).

- (139) Jedną z cech produktu finansowego jakim jest rachunek inwestycyjny zapewniający dostęp do różnych usług brokerskich (w tym również do kontraktów na różnicę - CFD) jest znaczne ryzyko utraty zainwestowanych za jego pośrednictwem środków. KNF przez szereg lat przeprowadzał wśród krajowych dostawców CFD badanie w zakresie zrealizowanych wyników klientów, będących efektem transakcji zrealizowanych w danym roku na platformach transakcyjnych umożliwiających inwestowanie w pozagiełdowe instrumenty pochodne (głównie kontrakty CFD). Wyniki te zostały zaprezentowane w przedmiotowej decyzji KNF w formie niżej przedstawionej tabeli:

Rok	2014	2015	2016	2017	2018
Zrealizowany zysk klientów (w zł)	96 191 438	98 536 713	141 507 703	146 845 869	138 052 958
Liczba aktywnych klientów, którzy zrealizowali zysk	6 114	6 748	8 018	8 165	9 194
Średni zysk przypadający na klienta (w zł)	15 733	14 602	17 649	17 985	15 016
Zrealizowana strata klientów (w zł)	-482 750 039	-607 302 294	-530 727 310	-635 638 422	-576 370 211
Liczba aktywnych klientów, którzy ponieśli stratę	24 525	31 207	30 673	32 044	34 464
Średnia strata przypadająca na klienta (w zł)	-19 684	-19 460	-17 303	-19 836	-16 724
Odsetek klientów, którzy zrealizowali zysk w liczbie aktywnych klientów	20,0%	17,8%	20,7%	20,3%	21,1%
Odsetek klientów, którzy ponieśli stratę w liczbie aktywnych klientów	80,0%	82,2%	79,3%	79,7%	78,9%
Średni wynik osiągnięty przez klienta (w zł)*	-12 617	-13 404	-10 060	-12 156	-10 040

*Bez uwzględnienia grupy klientów, która nie wykazała ani straty, ani zysku

Z powyższego badania wynika, że blisko 80% klientów dostawców CFD ponosi straty a średni wynik finansowy osiągany przez klientów wynosi ok. minus 10 000 zł. Z badania tego wynika także, iż jest to zatem produkt obciążony niezwykle wysokim ryzykiem.

- (140) Mając na względzie powyższą cechę tego produktu finansowego prawodawca (zarówno polski, jak i europejski) oraz regulator tego rynku (KNF) zdecydowali się na wprowadzenia unormowań informacyjnych w tym zakresie. Unormowania te co

prawda skierowane są do firm inwestycyjnych i ich agentów, jednakże każdy z podmiotów promujących, reklamujących czy proponujących nabycie dostępu do tego rodzaju produktu powinien informować o jego istotnych cechach (a za taką należy uznać ryzyko utraty zainwestowanych środków). Jak już wspomniano powyżej standardy informacyjne w przypadku tego produktu zostały wyznaczone przez przepisy ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, rozporządzenia 2017/565 oraz decyzję KNF.

(141) Zgodnie z treścią art. 83c ust. 2 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi informacje kierowane przez firmę inwestycyjną do klientów lub potencjalnych klientów, w tym informacje upowszechniane przez firmę inwestycyjną w celu reklamy lub promocji świadczonych przez nią usług, powinny być rzetelne oraz nie mogą budzić wątpliwości ani wprowadzać w błąd. Uznaje się, że upowszechnianie informacji w sposób rzetelny, niebudzący wątpliwości i niewprowadzający w błąd jest zachowane w przypadku spełnienia przez firmę inwestycyjną warunków, o których mowa w art. 44 rozporządzenia 2017/565.

(142) Wskazany przepis art. 44 rozporządzenia 2017/565 przewiduje liczne wymogi szczegółowe. Spośród wielu uwagę należy zwrócić przynajmniej na kilka:

- informacje mają być „dokładne i zawsze w sposób rzetelny i wyraźny sygnalizuje się w nich wszelkie odnośne zagrożenia przy wskazywaniu potencjalnych korzyści usługi inwestycyjnej lub instrumentu finansowego”;
- „informacje w części zawierającej wskazanie dotyczące odnośnych zagrożeń są przygotowane przy użyciu czcionki o rozmiarze co najmniej równym rozmiarowi czcionki wykorzystywanemu w przeważającej mierze w przekazywanych informacjach, a dodatkowo zastosowany jest układ zapewniający, że wskazanie to jest wyraźne”;
- informacje mają być „przedstawione w sposób, który jest odpowiedni i zrozumiały dla przeciętnego przedstawiciela grupy, do której są skierowane lub do której mogą dotrzeć”;
- „w informacjach nie ukrywa się, nie umniejsza ani nie przedstawia w sposób niejasny istotnych elementów, stwierdzeń lub ostrzeżeń”;
- informacje mają być „konsekwentnie przedstawione w tym samym języku we wszystkich rodzajach materiałów informacyjnych i handlowych, które są przekazywane każdemu klientowi, chyba że klient zgodził się na otrzymywanie informacji w więcej niż jednym języku”;
- informacje mają być „aktualne i odpowiednie do wykorzystanego środka porozumiewania się”.

(143) Ponadto rzetelność informacyjna jest oceniana z perspektywy informacji wskazujących wyniki osiągnięte w przeszłości, wzmianek lub odniesień do symulacji wyników osiągniętych w przeszłości oraz informacji odnoszących się do wyników przyszłych (prognozowanych).



- (144) Na podstawie decyzji KNF, zakazane jest wprowadzanie do obrotu polegającego na upowszechnianiu, kierowaniu do klientów detalicznych lub potencjalnych klientów detalicznych informacji, reklamowaniu lub promowaniu, oraz dystrybucji lub sprzedaży klientom detalicznym kontraktów na różnicę za wyjątkiem przypadków w tej decyzji przewidzianych.
- (145) W sentencji decyzji KNF wskazano również, iż informacje reklamowe lub promocyjne, w tym korespondencja lub komunikaty, upowszechniane lub kierowane do klienta detalicznego lub potencjalnego klienta detalicznego bezpośrednio lub pośrednio przez dostawcę CFD, w związku z wprowadzaniem do obrotu, dystrybucją lub sprzedażą CFD, zawierają ostrzeżenie o ryzyku, o którym mowa w pkt. 8, spełniające warunki, o których mowa w pkt. 7.
- (146) W pkt. 7 sentencji decyzji KNF postanowiono, że dostawca CFD w celu wypełnienia wymogu, o którym mowa w pkt. 1 lit. e), przestrzega następujących zasad:
- a) ostrzeżenie o ryzyku powinno mieć formę zapewniającą jego widoczność; rozmiar czcionki ostrzeżenia powinien być co najmniej równy dominującemu rozmiarowi czcionki użytej w korespondencji, komunikacie lub informacjach; ostrzeżenie o ryzyku powinno być sporządzone w tym samym języku co korespondencja, komunikat lub informacje;
 - b) jeżeli korespondencja, komunikat lub informacje znajdują się na trwałym nośniku lub na stronie internetowej, ostrzeżenie o ryzyku powinno mieć format zgodny z pkt. 8 lit. a);
 - c) jeżeli korespondencja, komunikat lub informacje znajdują się na nośniku innym niż trwały nośnik lub strona internetowa, ostrzeżenie o ryzyku powinno mieć format zgodny z pkt. 8 lit. b);
 - d) jeżeli liczba znaków zawarta w ostrzeżeniu o ryzyku w formacie określonym w pkt. 8 lit. a) lub pkt. 8 lit. b) przekracza limit znaków dopuszczony w standardowych warunkach zewnętrznego dostawcy usług marketingowych, ostrzeżenie o ryzyku, w drodze odstępstwa od zasad określonych w pkt. 7 lit. b) i c), może mieć format określony w pkt. 8 lit. c);
 - e) jeżeli zastosowane zostanie ostrzeżenie o ryzyku w formacie określonym w pkt. 8 lit. c), korespondencja, komunikat lub informacje muszą zawierać również bezpośrednie łącze do strony internetowej dostawcy CFD zawierającej ostrzeżenie o ryzyku w formacie określonym w pkt. 8 lit. a);
 - f) ostrzeżenie o ryzyku powinno zawierać informację o aktualnym procencie stratnych rachunków transakcyjnych CFD posiadanych przez klientów detalicznych, w tym klientów detalicznych posiadających status klienta doświadczonego, u danego dostawcy CFD. Wyliczenie informacji o aktualnym procencie stratnych rachunków transakcyjnych CFD jest przeprowadzane nie rzadziej niż co trzy miesiące i obejmuje 12-miesięczny okres poprzedzający dzień przeprowadzenia



wyliczenia („dwunastomiesięczny okres obliczeniowy”). Do celów wyliczenia informacji o aktualnym procencie stratnych rachunków transakcyjnych CFD:

(i) uznaje się, że rachunek transakcyjny CFD klienta detalicznego przyniósł stratę, jeżeli suma wszystkich zrealizowanych i niezrealizowanych zysków i strat (wynik netto) z CFD związanych z rachunkiem transakcyjnym CFD jest ujemna w dwunastomiesięcznym okresie obliczeniowym; Dziennik Urzędowy Komisji Nadzoru Finansowego - 4 - Poz. 27

(ii) uwzględnia się wszelkie koszty dotyczące CFD związanych z rachunkiem transakcyjnym CFD, w tym wszystkie opłaty i prowizje;

(iii) wyłącza się następujące elementy:

- każdy rachunek transakcyjny CFD, na którym nie było otwartej pozycji CFD w okresie obliczeniowym;
- wszelkie zyski lub straty z produktów innych niż CFD związane z rachunkiem transakcyjnym CFD;
- wszelkie wpłaty na lub wypłaty środków z rachunku transakcyjnego CFD.

g) w drodze odstępstwa od pkt. 7 lit. b)-f), jeżeli w ciągu ostatniego 12-miesięcznego okresu obliczeniowego dostawca CFD nie wykonywał żadnych usług w zakresie otwartych pozycji CFD związanych z rachunkami transakcyjnymi CFD klientów detalicznych, taki dostawca CFD zobowiązany jest stosować standardowe ostrzeżenie o ryzyku w formacie wskazanym odpowiednio w pkt. 8 lit. d)-f).

(147)W pkt. 8 sentencji decyzji KNF postanowiono, że ostrzeżenia o ryzyku powinny mieć następujące formy:

a) **zindywidualizowane ostrzeżenie o ryzyku na trwałym nośniku i stronie internetowej:**

Kontrakty CFD są złożonymi instrumentami i wiążą się z dużym ryzykiem szybkiej utraty środków pieniężnych z powodu dźwigni finansowej.

[wpisać procent odpowiedni dla danego dostawcy] % rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD u niniejszego dostawcy CFD.

Zastanów się, czy rozumiesz, jak działają kontrakty CFD i czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty pieniędzy.

b) **skrótowe zindywidualizowane ostrzeżenie o ryzyku:**

[wpisać procent odpowiedni dla danego dostawcy] % rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD u niniejszego dostawcy.

Zastanów się, czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty twoich pieniędzy.

c) **ostrzeżenie o ryzyku z ograniczoną liczbą znaków właściwe dla danego dostawcy:**



[proszę wpisać odpowiedni odsetek przypadający na danego dostawcę] % rachunków detalicznych CFD odnotowuje straty.

d) standardowe ostrzeżenie o ryzyku na trwałym nośniku i stronie internetowej:

Kontrakty CFD są złożonymi instrumentami i wiążą się z dużym ryzykiem szybkiej utraty środków pieniężnych z powodu dźwigni finansowej.

74-89 % rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD.

Zastanów się, czy rozumiesz, jak działają kontrakty CFD i czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty twoich pieniędzy.

e) skrócone standardowe ostrzeżenie o ryzyku:

74-89 % rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD.

Zastanów się, czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty twoich pieniędzy.

f) standardowe ostrzeżenie o ryzyku z ograniczoną liczbą znaków:

74-89 % rachunków detalicznych CFD odnotowuje straty.

(148) Z przedmiotowej decyzji KNF wynika zatem, że kontrakty CFD są produktami bardzo ryzykownymi a znacząca większość inwestujących konsumentów ponosi na nich stratę. Prawodawca unijny i krajowy, jak również KNF, dostrzegając tę cechę tych produktów zdecydował o nakazaniu podmiotom je oferującym szczegółowego informowania o ryzyku towarzyszącym tym produktom. W ocenie Prezesa UOKiK, kontrakty na różnice cechuje zatem bardzo wysoka „ryzykowność” (ryzyko utraty inwestowanych środków) i jest to niewątpliwie „istotna cecha” tych produktów.

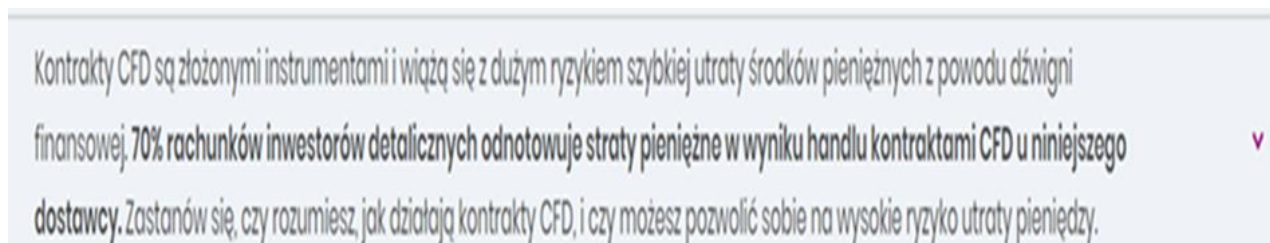
(149) Jak już opisano w części odnoszącej się do ustalenia stanu faktycznego w materiałach promocyjnych wizualizacja rachunku inwestycyjnego na platformie Klimex Capital Markets powiązana była z prezentacją osób odnoszących sukces (wskazywany był ich procentowy zysk jaki osiągnęli za pośrednictwem rachunków na tej platformie). W żadnym z tych materiałów nie zamieszczona została czytelna informacja, że poszczególne rodzaje inwestycji dokonywanych za pośrednictwem tychże rachunków wiążą się z określonym ryzykiem i mogą spowodować straty dla indywidualnych inwestorów (konsumentów).

(150) Podnieść również należy, iż po zapoznaniu się z tymi publikacjami konsument mógł podjąć decyzję o założeniu rachunku inwestycyjnego na tej platformie (bezpośrednio za pośrednictwem strony internetowej) bez wcześniejszego uczestnictwa w organizowanych przez Spółkę szkoleniach, a co za tym idzie ze znikomą wręcz wiedzą o inwestowaniu i związanym z tym ryzykiem.

- (151) Taki sposób prezentacji usług dostępnych za pośrednictwem platformy Klimex Capital Markets wskazuje zatem przede wszystkim na potencjalne korzyści usługi inwestycyjnej lub instrumentu finansowego, a pomija w zupełności informacje o wszelkich zagrożeniach związanych z tymi usługami czy instrumentami. Zgodnie natomiast ze wskazanymi powyżej standardami (wynikających z powołanych wcześniej unormowań) przekazywane konsumentom informacje mają zawsze w sposób rzetelny i wyraźny sygnalizować wszelkie odnośne zagrożenia
- (152) Opisane powyżej sposoby informowania o ryzyku zostały również przyjęte i są one stosowane przez podmioty gospodarcze oferujące te produkty finansowe na polskim rynku. Poniżej znajdują się przykłady wskazujące na standardy informacyjne na tym rynku.
- (153) I tak na stronie Domu Maklerskiego Banku Ochrony Środowiska S.A. z siedzibą w Warszawie - <https://bossafx.pl/> od momentu pierwszego wejścia wyświetlane jest okienko zawierające informację o potencjalnym ryzyku:

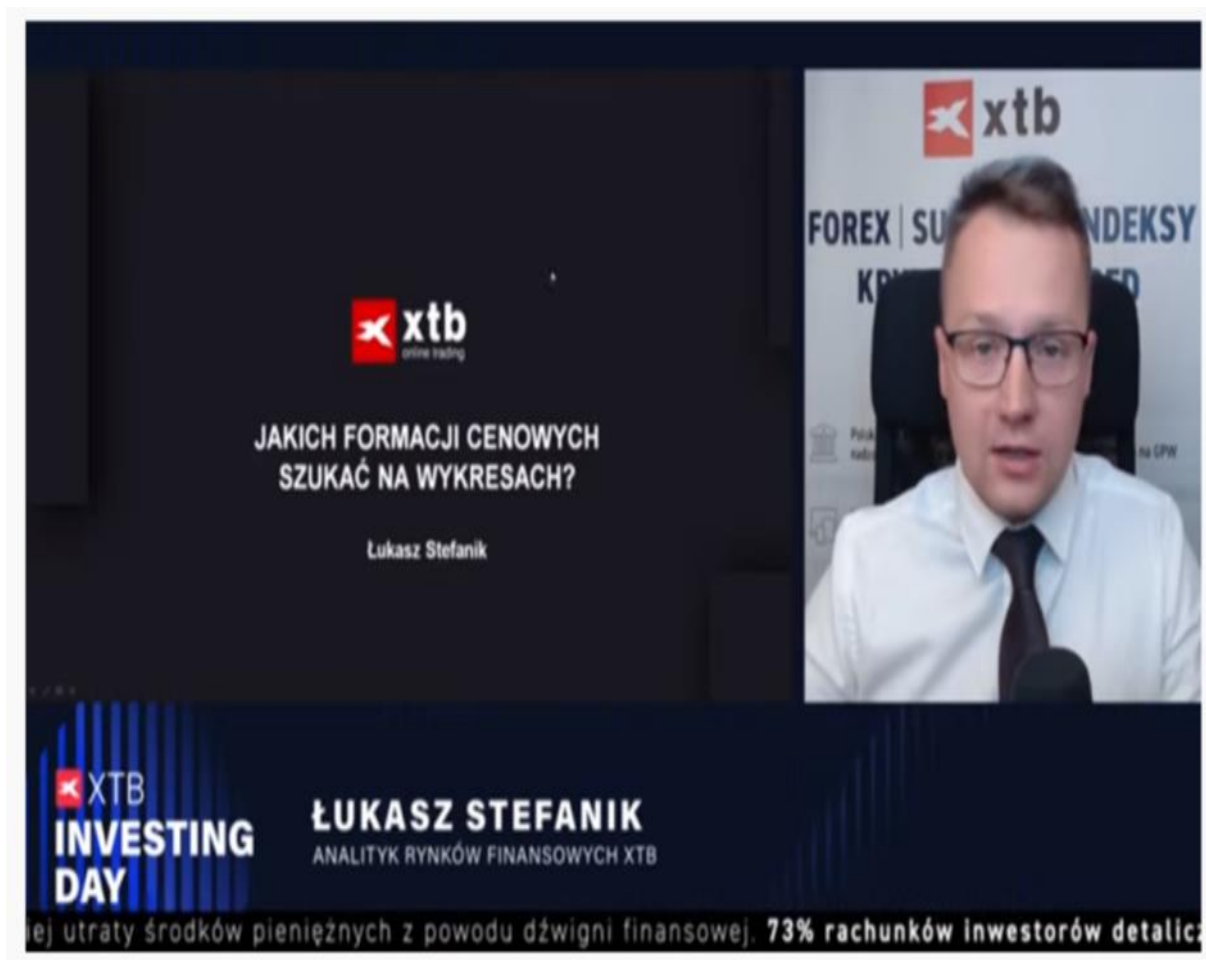


Poniżej zaprezentowane zostało okienko z informacją o ryzyku:



- (154) Również w przypadku przedsiębiorcy XTB S.A. z siedzibą w Warszawie informacje o ryzyku zostały zamieszczone w postaci wyskakującego przy otwarciu jego strony (<https://www.xtb.com/pl>) okienka zawierającego pouczenie w formie wskazanej w decyzji KNF. Również materiały publikowane przez tego przedsiębiorcę na portalu

YouTube na jego oficjalnym kanale (XTB Polska) zawierają tego typu ostrzeżenia przed możliwą utratą zainwestowanych środków. Poniżej znajdują się przykładowe zrzuty ekranu z oficjalnego kanału na portalu YouTube.





XTB Polska
31 tys. subskrybentów

Wystąpienie Łukasza Stefanika na Konferencji XTB Investing Day z dnia 30 marca 2021 roku z prezentacją pt. "Jakich formacji cenowych szukać na wykresach?". Z tego szkolenia nauczysz się rozpoznawać różne formacje cenowe, które zostały pokazane na różnych wykresach oraz różnych przedziałach czasowych.

[#analizatechniczna](#) [#formacjecenowe](#)

00:00 Wstęp do prezentacji

1:59 Układ geometryczny wzrostowy oparty na korekcie 1:1

17:29 Układ geometryczny spadkowy oparty na korekcie 1:1

21:37 Nadbieżenie dolka

28:17 Nadbieżenie szczytu

Kontrakty CFD są złożonymi instrumentami i wiążą się z dużym ryzykiem szybkiej utraty środków pieniężnych z powodu dźwigni finansowej.

73% rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty pieniężne w wyniku handlu kontraktami CFD u niniejszego dostawcy CFD.

Zastanów się, czy rozumiesz, jak działają kontrakty CFD, i czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty pieniędzy.

(155) Także Dom Maklerski TMS Brokers SA z siedzibą w Warszawie na swojej stronie internetowej zamieścił informacje o możliwym ryzyku w formie wskazanej poniżej:

[INWESTUJ](#)
[W CO INWESTOWAĆ](#)
[EDUKACJA](#)
[RYNEK](#)
[KANTOR](#)

[OTWÓRZ KONTO](#)
[DEMO](#)

[Disclaimer](#)
[Informacje prawne](#)
[RODO](#)
[Polityka prywatności](#)
[© Copyright 2022 Dom Maklerski TMS Brokers](#)

[mt5](#)
[gielda](#)
[platforma connect](#)
[symulator gry na giełdzie](#)
[rachunek maklerski ranking](#)
[polski broker](#)
[platforma tradingowa](#)
[forex brokers](#)
[brokers forex](#)
[cfd](#)
[broker giełdowy](#)
[bitcoin jak zacząć](#)
[notowania giełd światowych](#)
[jak zacząć inwestować](#)
[giełda na świecie](#)
[notowania surowce](#)
[inwestowanie online](#)
[dźwignia finansowa](#)
[jak kupić akcje](#)
[inwestowanie w waluty](#)
[szkolenia forex](#)
[forex notowania](#)
[co to jest etf](#)
[inwestowanie w kryptowaluty](#)
[komentarze giełdowe](#)
[fundusze etf](#)
[w co inwestować](#)
[jak grać na giełdzie](#)
[inwestowanie w złoto](#)
[w co najlepiej inwestować](#)

Ostrzeżenie o ryzyku: Transakcje Forex i kontrakty oparte na dźwigni finansowej są wysoce ryzykowne dla Twojego kapitału, ponieważ straty mogą przewyższyć depozyt. Dlatego też, kontrakty na różnicę oraz Forex mogą nie być odpowiednie dla wszystkich inwestorów. Upewnij się, że rozumiesz związane z nimi ryzyka i jeśli jest to konieczne zasięgnij niezależnej porady. Informacje zawarte na tej witrynie internetowej nie są skierowane do odbiorców konkretnego kraju i nie są przeznaczone do dystrybucji do państw, w których dystrybucja albo użytkowanie tych informacji byłoby niezgodne z lokalnym prawem, wymogami i regulacjami.

Dom Maklerski TMS Brokers SA z siedzibą w Warszawie przy ulicy Żłotej 59, zarejestrowany przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000204776, NIP 526.27.59.131, Kapitał zakładowy: 3,537,560 zł opłacony w całości. Dom Maklerski TMS Brokers SA podlega nadzorowi Komisji Nadzoru Finansowego na podstawie zezwolenia z dnia 26 kwietnia 2004 r. (KPWiG-4021-54-1/2004).

Usługa TMS Stocks (przyjmowanie i przekazywanie zleceń) oferowana jest w ramach sprzedaży krzyżowej wraz z usługą TMS Connect (wykonywanie zleceń). Szczegółowe informacje dotyczące ryzyk wynikających z poszczególnych usług oferowanych w ramach sprzedaży krzyżowej oraz informacje o kosztach i opłatach związanych z tymi usługami dostępne są na stronie internetowej TMS Brokers w sekcji Dokumenty.

Kontrakty na różnicę są złożonymi instrumentami i wiążą się z dużym ryzykiem szybkiej utraty środków pieniężnych z powodu dźwigni finansowej. 76% rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty w wyniku handlu kontraktami na różnicę u niniejszego dostawcy. Zastanów się, czy rozumiesz, jak działają kontrakty na różnicę, i czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty pieniędzy.

Poniżej zaprezentowane zostały z informacji o ryzyku:

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Delegatura w Łodzi
ul. Gen. Romualda Traugutta 25 < 90-113 Łódź

tel. +48 42 288 89 80 < faks +48 42 288 80 55
lodz@uokik.gov.pl < www.uokik.gov.pl

Kontrakty na różnicę są złożonymi instrumentami i wiążą się z dużym ryzykiem szybkiej utraty środków pieniężnych z powodu dźwigni finansowej. 76% rachunków inwestorów detalicznych odnotowuje straty w wyniku handlu kontraktami na różnicę u niniejszego dostawcy. Zastanów się, czy rozumiesz, jak działają kontrakty na różnicę, i czy możesz pozwolić sobie na wysokie ryzyko utraty pieniędzy.

- (156) Zarówno zatem z oceny regulatora rynku (KNF), jak i praktyki podmiotów gospodarczych działających na tym rynku, wynika, iż ryzyko utraty zainwestowanych środków jest istotną cechą produktów finansowych takich jak rachunek inwestycyjny zapewniający dostęp do różnych usług brokerskich (w tym również do kontraktów na różnicę - CFD) jest wysokie ryzyko utraty zdeponowanych tam środków pieniężnych.
- (157) Tymczasem, Spółka wskazując na bonusy związane z otwarciem rachunku oraz przedstawiając jedynie osoby, które osiągnęły zysk za pośrednictwem platformy Klimex Capital Markets uwidacznia jedynie korzyści związane z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego, pomijając informacje o ryzyku z tym związanym.
- (158) Podkreślanie wyłącznie spodziewanych z inwestycji korzyści, przy braku informacji o towarzyszącym jej istotnym ryzyku może wywołać u przeciętnego konsumenta przeświadczenie o pewności wysokiego zwrotu zaangażowanych środków i stanowić tym samym czynnik o silnym wpływie na podjęcie decyzji o nabyciu produktu. Bazując na opisanych powyżej publikacjach konsument może wierzyć w to, że - niezależnie od okoliczności - może osiągnąć zysk. Nie wskazując na wysokie ryzyko związane z ofertą, Spółka swoimi działaniami zaburza w świadomości konsumentów prawidłowy odbiór proporcji pomiędzy ryzykiem a prawdopodobieństwem wysokich zarobków, co może skutkować znacznym niedoszacowaniem poziomu prawdziwego poziomu ryzyka
- (159) W efekcie, oferta wysokiego zysku w połączeniu ze sposobem prezentowania produktu jako pewnego instrumentu finansowego jak i z brakiem informacji o ryzyku może mieć wpływ na zainteresowanie konsumenta ww. ofertą, a w konsekwencji podjęcie przez niego czynności, które finalnie mogą doprowadzić do zawarcia umowy rachunku inwestycyjnego.
- (160) Przy czym za niewystarczające należy uznać ostrzeżenie o ryzyku zawarte na stronie promującej ofertę Spółki ([www https://kamil-partyka.pl/](https://kamil-partyka.pl/)). W przypadku bowiem proponowania usług brokerskich za niewystarczającą uznać należy informację, iż handel na rynkach (bez ich określenia) wiąże się z ryzykiem i do tego ze wzmianką o zaletach edukacji. Także bardzo ogólna informacja, że przeszłe wyniki nie gwarantują przyszłych nie spełnia wymogów rzetelnej informacji przekazywanej konsumentom. Standardy pełnej i rzetelnej informacji w odniesieniu do inwestycji oferowanych za pośrednictwem Spółki zostały bowiem wyznaczone m.in. przez opisane powyżej unormowania, w tym Decyzję KNF. Z powyższych regulacji wynika zatem konkluzja, że produkty reklamowane przez Spółkę są bardzo ryzykowne i konsument powinien być o tym wyraźnie informowany (choćby w sposób

wskazany w Decyzji KNF). Dodatkowo wskazać należy, iż w ostrzeżeniu tym zawarta jest także informacja o zwolnieniu się Spółki z odpowiedzialności za decyzje inwestycyjne podjęte przez konsumentów w wyniku jej działalności.

- (161) Także twierdzenie Spółki, iż osobą odpowiedzialną za przekazywanie informacji na temat usług oferowanych przez Vantage Global Limited jest [xxx] nie znajduje odzwierciedlenia w zebranych materiale dowodowym (w szczególności w materiałach audiowizualnych). Z materiałów audiowizualnych wynika bowiem, że [xxx] jest osobą odpowiedzialną przede wszystkim za kontakt z osobami, które chciały skorzystać z pakietów promocyjnych odnoszących się do usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem Klimex Capital Markets. Osoba ta nie wystąpiła w żadnym z materiałów audiowizualnych przedstawiających ofertę usług brokerskich, a osobą, którą taką ofertę przedstawiała był wyłącznie Kamil Partyka (ówczesny Prezes zarządu Spółki). Ponadto, za kontakt z potencjalnymi klientami Klimex Capital Markets odpowiedzialny był także [xxx] - osoba współpracująca ze Spółką na podstawie [xxx]. Z powyższego wynika, że 3P Consulting Group było również podmiotem odpowiedzialnym za przedstawienie oferty Klimax Capital Markets.
- (162) Podsumowując, konsument ma prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, niewprowadzających go w błąd informacji o cechach promowanych produktów. W szczególności ma prawo do otrzymania informacji o wszelkich ryzykach jakie wiążą się z inwestowaniem swoich środków finansowych za pośrednictwem promowanego rachunku inwestycyjnego. Informacje na temat korzyści, ale również zagrożeń oraz kosztów powinny być podawane w sposób pełny, nie zdominowany przez jeden z rodzajów informacji. W wyniku przekazanych konsumentom pozytywnych informacji co do produktu, przy pominięciu informacji o związanych z nim ryzykach, konsumenci - nawet będąc ostrożnymi i uważnymi oraz przy dochowaniu należytej staranności - mogą finalnie podjąć decyzje o zawarciu umowy. W efekcie powyższego wyrażą zgodę na otwarcie rachunku inwestycyjnego, której by nie podjęli, gdyby 3P Consulting Group przekazało im wszystkie informacje niezbędne do podjęcia decyzji.
- (163) Zakwestionowane powyżej działania Spółki naruszają zbiorowe interesy konsumentów, a więc interesy konsumentów jako zbiorowości stanowiącej nieokreśloną i nieograniczoną grupę podmiotów, których nie da się zidentyfikować - wszystkich aktualnych i potencjalnych klientów Spółki. Stosowane formy promocji Spółki (strona internetowa, portale społecznościowe) nie są adresowane bowiem do konkretnego konsumenta, lecz do bliżej nieokreślonej grupy konsumentów, mogących być zainteresowanymi odbyciem szkoleń finansowo-inwestycyjnych.
- (164) W ocenie Prezesa Urzędu analizowana praktyka Spółki może wypełniać cechy nieuczciwej praktyki rynkowej, której mowa w o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1, ust. 4 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a tym samym godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyka opisana w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji



- (165) Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zaś stosownie do art. 6 ust. 3 pkt 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
- (166) W przedmiotowej sprawie wskazać należy, iż głównym przedmiotem działalności Spółki, według danych zamieszczonych w Krajowym Rejestrze Sądowym, są przede wszystkim pozaszkolne formy edukacji. 3P Consulting Group za pośrednictwem swojej strony internetowej (<https://kamil-partyka.pl/>) oraz mediów społecznościowych promowała i oferowała przede wszystkim możliwość nabycia swoich usług z zakresu szeroko rozumianej edukacji finansowej (przy czym, nie zostały tam zamieszczone żadne informacje o promowaniu konkretnego podmiotu oferującego usługi brokerskie). Podnieść należy, iż Spółka otrzymuje wynagrodzenie ([xxx]) od Vantage w przypadku, gdy [xxx].
- (167) Spółka przekazuje uczestnikom prowadzonych przez nią szkoleń informacje odnoszące się do działalności podmiotu świadczącego usługi brokerskie za pośrednictwem platformy Klimex Capital Markets. Przy czym zwrócić należy uwagę, iż dane wskazane w scenariuszu szkolenia o nazwie Trading Money Maker, które miały być przekazywane kursantom nie mają jedynie charakteru informacyjnego. Informacje te zawierają bowiem wyrażenia takie jak „wiodący broker Forex”, „... uznawany za lidera w branży technologicznej” czy też slajd o treści „wygoda” mający na celu wyeksponowanie tego aspektu działalności tejże platformy (przy czym jest to stwierdzenie o charakterze subiektywnym, a nie informacyjnym).
- (168) W tym aspekcie w szczególności należy również zwrócić uwagę na slajd zawierający wyrażenie „Specjalne Warunki: TRADING MONEY MAKER” oraz symbol uśmiechniętej twarzy i znaki graficzne Klimex Capital Markets i Vantage FX. Z powyższego wynika, że uczestnicy tego kursu otrzymywali promocyjne warunki w przypadku skorzystania z usług wskazanych tam firm inwestycyjnych. Uznać zatem należało, że informacje te zostały rozpowszechniane w celu promocji tychże usług.
- (169) Przy czym wskazać należy, iż materiały te nie zostały w żaden sposób oznaczone, że zawierają treści o charakterze reklamy lub promocji usług świadczonych przez firmę inwestycyjną.
- (170) Natomiast w przypadku publikacji audiowizualnych opisanych szczegółowo w części niniejszego uzasadnienia zatytułowanej „Współpraca Spółki z Klimex Capital Markets - Materiały szkoleniowe” odnoszącej się do materiałów promocyjnych, to



zauważyć należy, iż w większości przypadków wizualizacja rachunku inwestycyjnego na platformie Klimex Capital Markets skorelowana była z wypowiedziami osób, które odnotowały zysk w wyniku poczynionych inwestycji, bądź wizualizacja tychże rachunków dokonywana była przez Kamila Partykę również w korelacji z adnotacją o zyskach ich posiadaczy. Taki rodzaj zestawienia (widok rachunku inwestycyjnego z komentarzem o zyskach jego posiadacza), przy braku informacji o potencjalnym ryzyku wynikającym z poszczególnych rodzajów inwestycji, uznać można za informacje rozpowszechniane w celu reklamy firmy inwestycyjnej.

(171)Również i te materiały te nie zostały w żaden sposób oznaczone, że zawierają informacje o charakterze reklamy lub promocji usług świadczonych przez firmę inwestycyjną.

(172)W przypadku tak ustalonego stanu faktycznego należy zwrócić uwagę na Wytyczne Komisji Europejskiej dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady 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 ("Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych") (Dz. U. UE. L. z 2005 r. Nr 149, str. 22 z późn. zm.), w której wskazano, że ujawnienie elementu handlowego musi być jasne i odpowiednie i należy w nim uwzględnić środek przekazu, za pośrednictwem którego odbywa się marketing, w tym **kontekst, lokowanie, harmonogram, czas trwania, język, grupę docelową i inne kwestie**. Musi być ono wystarczająco widoczne, aby odpowiednio informować przeciętnego konsumenta lub konsumenta podatnego na zagrożenia, który jest odbiorcą treści. Na przykład nie można uznać ujawnienia za odpowiednie, jeżeli nie wyświetlono informacji dotyczącej informacji handlowej w widoczny sposób lub dotarcie do takiej informacji wymaga od konsumenta poczynienia dodatkowych czynności⁴.

(173)W przedmiotowej sprawie 3P Consulting Group w ogóle nie informowało za pośrednictwem stosowanych przez siebie kanałów informacyjnych, że przekazywana tam treść zawiera materiał promujący określonego dostawcę usług brokerskich. Informacji takich nie było także w opisywanych powyżej materiałach szkoleniowych używanych przez Spółkę. Przy czym zauważyć należy, iż oferując swoje usługi opisywane jako szkoleniowe 3P Consulting Group również nie informowało, że podczas tych szkoleń będzie promowana bądź reklamowana oferta usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem Klimex Capital Markets.

⁴ Zawiadomienie Komisji - Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (Dz.Urz.UE.C 2021 Nr 526, str. 1).



- (174) Brak oznaczenia promowanych usług brokerskich może wprowadzić w błąd konsumentów, którzy zapoznali się z opisanymi powyżej materiałami publikowanymi przez Spółkę bądź też skorzystali z jej usług szkoleniowych. Przeciętny konsument po zapoznaniu się z tymi materiałami może nie rozróżnić, która ich część odnosi się do reklamy konkretnych produktów finansowych, a która jest częścią stricte szkoleniową. Konsument może uznać, że pozytywne opinie o tych produktach publikowane przez 3P Consulting Group oraz Kamila Partykę (ówczesnego Prezesa zarządu Spółki), stanowią własną niezależną opinię, wynikającą z doświadczenia w używaniu i testowaniu danych produktów. Kamil Partyka jako osoba mająca doświadczenie w prowadzeniu tego typu szkoleń ma dużą siłę oddziaływania na osoby, które mogą zapoznać się z materiałami publikowanymi (czy też prezentowanymi podczas szkoleń) przez Spółkę, ponieważ w naturalny sposób chcą korzystać z jego doświadczeń by móc pomnażać zainwestowane środki. Już samo zaprezentowanie przez Spółkę podmiotu oferującego usługi brokerskie w publikowanych za pośrednictwem portalu YouTube materiałach audio wideo, może skłonić konsumenta do zapoznania się z jego ofertą (wejścia na stronę internetową, zapoznanie się z produktami finansowymi, otworzenia rachunku) i zbuduje w jego świadomości pozycję reklamowanego podmiotu.
- (175) Należy zauważyć, że oddziaływanie na decyzje zakupowe konsumentów jest znacznie większe, gdy będą oni wierzyli, że coach (głównie Prezes zarządu Spółki) pokazuje im określone produkty czy usługi z dobrej woli lub dlatego, bo produkt jest - w ocenie tego coacha - wyjątkowy czy najlepszy z dostępnych na rynku, bo sam go używa i za jego pomocą inwestuje swoje środki. **Konsument może znacznie chętniej postanowić o zawarciu umowy z podmiotem świadczącym usługi brokerskie, będąc przekonany, że opinia coacha jest bezinteresowna i wynika z jego życiowych doświadczeń.** Dlatego w ocenie Prezesa Urzędu brak oznaczenia opisanych powyżej materiałów jako reklamy bądź promocji ma istotny wpływ na decyzje konsumentów dotyczące możliwości zawarcia umowy z podmiotem świadczącym usługi brokerskie.
- (176) Ponadto, konsumenci powinni być jasno poinformowani, które z materiałów zawierają informacje reklamowe bądź promocyjne, a które odnoszą się do części szkoleniowej czy też edukacyjnej, ponieważ powinni mieć prawo wyboru z jakimi treściami chcą się zapoznawać. Konsumenci nie powinni być zmuszani do oglądania reklam lub materiałów promujących dany podmiot, jeżeli tego nie chcą. Powinni od razu móc zorientować się, czy prezentowany materiał jest reklamą czy niezależną opinią coacha lub inną neutralną informacją z jego doświadczenia zawodowego. Może to determinować ich decyzje dotyczące tego, czy chcą obejrzeć określony materiał audiowizualny lub skorzystać z określonego szkolenia.
- (177) Mając na względzie poczynione wyżej uwagi, Prezes Urzędu przyjął, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w



sentencji: wykazana została bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Stanowisko Prezesa Urzędu odnośnie zarzutów Spółki

- (178) Odnosząc się do zarzutu nie wskazania przyczyny zastosowania wobec Spółki decyzji KNF to wskazać należy, iż w przedmiotowej sprawie (jak wynika to nawet z sentencji decyzji) Prezes Urzędu nie postawił 3P Consulting Group zarzutu bezpośredniego naruszenia tejże decyzji. Prezes Urzędu podniósł, iż Spółka powinna właściwie informować o cesze prezentowanego przez nią produktu (usług brokerskich) jaką jest informacja o ryzyku (i jego stopniu) związanym z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego. O istnieniu takiej cechy da się wywnioskować pośrednio również z opisanej powyżej decyzji KNF. Jak już wykazano w części niniejszego uzasadnienia zatytułowanej „Praktyka opisana w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji”, ze względu na niezwykle ryzykowny charakter produktów inwestycyjnych oferowanych w ramach prezentowanych przez Spółkę usług brokerskich standardy informacyjne w przypadku tego rodzaju produktu zostały wyznaczone przez przepisy ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, rozporządzenia 2017/565 oraz właśnie decyzję KNF w sposób niezwykle szczegółowy, zwłaszcza w zakresie wymienionych wyżej ryzyk. Z regulacji tych jednoznacznie wynika, że ryzyko towarzyszące tym instrumentom jest ich immanentną, istotną cechą. Biorąc pod uwagę przedstawione powyżej argumenty, uznać należy, iż sam charakter tego produktu wymaga przedstawienia informacji o stopniu ryzyka z nim związanego. Tymczasem Spółka (w przedstawionych powyżej materiałach) eksponowała wyłącznie korzyści tego produktu, nie wspominając w wystarczający sposób o poziomie ryzyka strat.
- (179) W odniesieniu do zarzutu braku zainteresowania ze strony Prezesa Urzędu stworzeniem konta dostępowego do platformy e-learningowej to podnieść należy, iż to Spółka w odpowiedzi na wezwanie do udzielenia informacji i dokumentów powinna przestać wszelką posiadaną w tym zakresie dokumentację. Ponadto, poza ogólną deklaracją udostępnienia dostępu Spółka nie poczyniła żadnych innych czynności w celu całościowego przekazania stosowanych materiałów szkoleniowych. Jednakże nawet z zebranego w sprawie materiału dowodowego w postaci scenariusza szkolenia o nazwie Trading Money Maker wynika, iż Spółka nie oznaczała jako treści reklamowych informacji odnoszących się do usług brokerskich świadczonych przez podmiot trzeci.
- (180) Odnosząc się do niepublicznego charakteru opisanych w niniejszej decyzji publikacji audiowizualnych to wskazać należy, iż dostęp do nich miał każdy konsument, który zdecydował się na kontakt ze Spółką za pośrednictwem strony <https://kamil-partyka.pl/> oraz udostępnił swoje dane w formularzu kontaktowym. Ponadto, Prezes Urzędu nigdy nie twierdził, że przedstawione w uzasadnieniu materiały audiowizualne były publikowane na stronie głównej Spółki. Materiały te bowiem zostały udostępniane za pośrednictwem tejże strony (a więc przy wykorzystaniu



podstron czy też formularzy kontaktowych). Na żadnym z tych materiałów, czy też na przedmiotowej stronie nie zamieszczono także informacji, jakoby był on przeznaczony wyłącznie dla osób który ukończyły wcześniejsze szkolenia, czy też dla absolwentów szkoleń prowadzonych wcześniej pod marką Fraktal Trader. Wskazane materiały nie zawierają również oznaczenia, iż należy zapoznawać się z nimi w odpowiedniej kolejności, a nie wszyscy konsumenci muszą również zapoznawać się z informacjami przekazywani przez Kamila Partykę za pośrednictwem mediów społecznościowych (Facebook). Mogło się zatem tak zdarzyć, iż konsumenci zapoznali się najpierw z opisanymi w uzasadnieniu niniejszej decyzji materiałami, a dopiero później z informacjami rozpowszechnianymi za pośrednictwem portalu Facebook <https://www.facebook.com/KamilKPartyka/videos/304479053962153>

Dlatego też wskazanie w jednym z materiałów audiowizualnych - [xxx] (i to nie w wersji graficznej tylko werbalnej) o statystycznym ryzyku nie można uznać za wystarczające w kontekście przedstawionych powyżej zarzutów. Również i w tym materiale nie ma wyraźnego stwierdzenia, że jest on skierowany wyłącznie do absolwentów usług szkoleniowych świadczonych pod marką Fraktal Trader. Jak bowiem wskazano powyżej informacja ta powinna być również przekazywana w formie graficznej, w sposób choćby wskazany poprzez przykładowe zaprezentowanie materiałów promocyjnych stosowanych przez podmioty gospodarcze oferujące tego rodzaju produkty finansowe.

Ponadto, w przedmiotowym materiale Kamil Partyka przedstawia również ofertę Klimex Capital Markets w podobny sposób jak w publikacji audiowizualnej zatytułowanej „White Friday - Kamil Partyka” tj.:

- wskazanie, że prowadzący ma już dziesięcioletnie doświadczenie w tradingu;
- prezentację slajdu zawierającego napis „Efekt Synergii: Zaufanie & Wiarygodność & Spójność”;
- przekazanie informacji, że właścicielem tego portalu jest Polak - [xxx];
- poinformowanie o tym, iż Klimex Capital Markets jest częścią globalnej grupy inwestycyjnej Vantage FX;
- wskazanie, iż właściciel portalu Klimex Capital Markets chciałby zaoferować preferencyjne warunki odnoszące się do rachunku „[xxx]” posiadającego niski „spread”;
- przedstawienia zasady, na jakich konsument może otrzymać dodatkowy „bonus” w przypadku założenia rachunku „[xxx]”;
- omówienia zasad promocji składającej się z trzech pakietów: „BRONZE”, „SILVER” oraz „GOLD” w taki sam sposób i z użyciem takich samych slajdów jak w publikacji zatytułowanej „White Friday - Kamil Partyka”.



- (181)W przedmiotowej publikacji brak jest oznaczenia, iż zawarte tam informacje upowszechniane są również jako treści reklamowe odnoszące się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną. W publikacji tej, w odniesieniu do promowania usług brokerskich, nie ma również właściwej informacji o ryzyku związanym z tego typu inwestycją.
- (182)Podsumowując wskazać należy, iż wskazany przez Spółkę materiał również potwierdził słuszność postawionych jej zarzutów opisanych szerzej w pkt I sentencji decyzji.
- (183)Odnosząc się do wskazanej przez Spółkę możliwości naruszenia przepisów przez inne podmioty świadczące podobne usługi (w tym przez [xxx]) to wskazać należy, iż zarówno przedmiotowe postępowanie wyjaśniające, jak i niniejsze postępowanie zostały wszczęte i przeprowadzone z urzędu, a więc działalność tychże podmiotów nie miała wpływu na oceną działań podejmowanych przez 3P Consulting Group.
- (184)Ponadto, w związku z przekazanymi informacjami odnoszącymi się do naruszenia przepisów przez wskazane powyżej podmioty, rozważone zostanie podjęcie stosownych działań w ramach przysługujących Prezesowi Urzędu kompetencji, przy wykorzystaniu adekwatnych środków interwencji.

Nakaz zaniechania praktyki

- (185)Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24.
- (186)Zebrany materiał dowodowy nie pozwolił na przedstawienie stwierdzenia, iż przedsiębiorca 3P Consulting Group zaniechał stosowania wskazanych w sentencji niniejszej decyzji praktyk stanowiących naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.
- (187)Ponadto, w przedmiotowej sprawie 3P Consulting Group nie wykazało, iż zaniechało stosowania opisanych powyżej praktyk stanowiących naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Odnosząc się bowiem do postawionych zarzutów Spółka wyraźnie wskazała, iż jej zdaniem podejmowane przez nią wcześniej działania były prawidłowe.
- (188) W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Rygor natychmiastowej wykonalności (pkt II rozstrzygnięcia decyzji)

- (189)Zgodnie z art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nadać decyzji w całości lub w części 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.

(190)W przypadku zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Stosowane przez Spółkę praktyki ograniczają bowiem konsumentom możliwość dokonania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

(191)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.

(192)Podkreślić należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, których stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym 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.

(193)Za rażąco niewłaściwe w ocenie Prezesa Urzędu należy uznać wszystkie zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki. Za nałożeniem rygoru natychmiastowej wykonalności w niniejszej sprawie przemawia w szczególności



okoliczność, że Spółka prezentuje osobom chcącym poszerzyć swoją wiedzę finansową, ofertę usług brokerskich Vantage Global Limited w sposób eksponujący jedynie korzyści tychże usług, pomimo wysokiego ryzyka związanego z korzystania z usług tego typu Ponadto, w ramach świadczonych usług szkoleniowych Spółka nie oznaczała jako treści reklamowe wspomnianą powyżej ofertę usług brokerskich.

(194)Zaznaczyć również należy, że Spółka namawiała - w sposób wprowadzający w błąd - osoby chcące pozyskać informacje między innymi o bezpiecznym inwestowaniu do zakładania rachunków inwestycyjnych. Nie może zatem ulegać wątpliwości, że stosowane praktyki mogą w sposób znaczący godzić w ekonomiczne interesy konsumentów. Niniejsze postępowanie dotyczy bowiem propagowania usług brokerskich dotyczących inwestowania w niezwykle ryzykowne produkty finansowe. W przypadku takich produktów finansowych konsumenci narażeni są na duże straty finansowe, zwłaszcza, że produkty te oferują tzw. dźwignię i to nawet na poziomie 1:100.

(195)Ze względu na rażące naruszanie przez Spółkę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk 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 może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia 3P Consulting Group, kontynuację ich stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanych praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

(196)W okolicznościach niniejszej sprawy, za nadaniem rygoru natychmiastowej wykonalności nakazowi zaniechania stosowania zakwestionowanych praktyk przemawia również to, że sama Spółka określiła zakres terytorialny swojej działalności jako cały świat, co sprawia, że stosowane przez niego nieuczciwe praktyki dotyczą szerokiego kręgu konsumentów. Nie należy przy tym zapominać, że 3P Consulting Group swe praktyki kieruje przede wszystkim do osób, które nie posiadają jeszcze znacznej wiedzy z zakresu inwestowania środków za pośrednictwem rachunków inwestycyjnych.

(197) 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.

Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt III rozstrzygnięcia decyzji)

(198)Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechania jej stosowania Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia



jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

- (199)W niniejszej sprawie na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Spółkę, obowiązku usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w sposób określony w pkt. III sentencji decyzji.
- (200)Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Spółkę obowiązku opublikowania za pośrednictwem strony internetowej oraz kont w portalach społecznościowych komunikatu zawierającego informację o wydaniu niniejszej decyzji.
- (201)Zdaniem Prezesa Urzędu konieczne jest skierowanie do konsumentów czytelnego i zrozumiałego komunikatu przy wykorzystaniu różnych kanałów komunikacji, który to komunikat wskaże konsumentom przedmiot rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu. Zastosowanie opisanych powyżej środków ma za zadanie usunięcie trwających skutków stosowania przez Spółkę praktyk, które negatywnie odbiły się na konsumentach na drodze usunięcia naruszenia w warstwie informacyjnej poprzez zapewnienie wiedzy co do tego, jak powinno wyglądać zachowanie przedsiębiorcy zgodne z prawem oraz poinformowanie indywidualnych konsumentów o skutkach decyzji, co może się przełożyć na podjęcie przez nich odpowiednich działań na drodze sądowej lub reklamacyjnej.
- (202)Spółka powinna poinformować konsumentów o swoich nieuczciwych praktykach, co spełni również funkcję edukacyjną. Dzięki zaprezentowanemu oświadczeniu wiedza o rozstrzygnięciu będzie mogła dotrzeć do konsumentów, a także innych przedsiębiorców działających w branży. Powyższy środek może mieć więc również znaczenie prewencyjne, zniechęcając przedsiębiorcę, któremu zarzucono stosowanie zakwestionowanej w sentencji decyzji praktyki oraz innych przedsiębiorców do stosowania podobnego rodzaju praktyk.
- (203)Określenie parametrów technicznych wysyłanej informacji ma zapewnić jej czytelność. W ocenie Prezesa Urzędu, obowiązki te nie powinny ulec modyfikacji w przypadku zmian organizacyjnych przedsiębiorcy. Dlatego też powinny być wykonane także w razie zmiany firmy przedsiębiorcy, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem lub też w przypadku zmiany treści sentencji decyzji lub jej uzasadnienia przez Prezesa Urzędu lub sąd powszechny, w zakresie podlegającym obowiązkowi wysłania informacji lub publikacji. Obowiązki te w powyższych sytuacjach się nie dezaktualizują i winny być wówczas wykonane z uwzględnieniem powyższych zmian i nie powinny zostać zaniechane.
- (204)Równocześnie zakres nałożonych na Spółkę obowiązków jest proporcjonalny do jej możliwości i wagi stwierdzonego naruszenia. Są to obowiązki, których realizacja nie będzie dla Spółki nadmiernie uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.



(205)W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Nałożenie przez Prezesa Urzędu kar pieniężnych (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)

(206)Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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 ustawy 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. Zgodnie natomiast z art. 106 ust. 7 ustawy w przypadku gdy przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 i 2, uwzględnia:

- 1) obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok;
- 2) w przypadku, o którym mowa w ust. 5 - średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających ten rok. Przepis ust. 6 stosuje się odpowiednio.

(207)Z informacji [xxx]. Spółka nie opublikowała sprawozdań finansowych za lata 2022-2023, w związku z powyższym obrót za rok 2022 został obliczony w sposób wskazany w art. 106 ust. 3 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i wyniósł [xxx]. Średni obrót osiągnięty przez 3P Consulting Group w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary wyniósł zatem [xxx], co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 29 grudnia 2023 r.⁵, tj. 4,348 stanowi [xxx]. Stosownie bowiem do art. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu

⁵ <https://nbp.pl/archiwum-kursow/tabela-nr-251-a-nbp-2023-z-dnia-2023-12-29/>

średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary. Średni obrót Spółki jest więc wyższy niż 100.000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej unormowania zawartego w art. 106 ust. 7 pkt 2 ustawy.

(208) Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, 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.

(209) W ocenie Prezesa Urzędu, zgromadzony materiał dowodowy w sposób jednoznaczny potwierdza stosowanie przez 3P Consulting Group praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przy czym zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności sprawy przemawiają za zasadnością nałożenia w tym przypadku kary pieniężnej.

(210) 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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

(211) W ocenie Prezesa UOKiK, zasadnym jest w niniejszej sprawie wymierzenie kar pieniężnych z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Nałożenie kar pieniężnych służyć będzie zatem jako środek odstraszający Spółkę od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karach ma również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku usług sprzedaży prowadzonej poza lokalem przedsiębiorstwa, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kary pieniężne spełnią również funkcję represyjną, to znaczy stanowić będzie dolegliwość dla strony niniejszego postępowania uzasadnioną stwierdzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

(212) Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wysokość nakładanej kary pieniężnej ustalana jest z uwzględnieniem w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia przepisów tej ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy,



która stanowiła przedmiot naruszenia. Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące lub 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 o ochronie konkurencji i konsumentów wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszenia, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

(213)W zakresie czynników obrazujących stopień i skutki rynkowe naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił, że stosowane przez Spółkę praktyki naruszają interesy konsumentów. Stopień naruszenia przez 3P Consulting Group przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy zakwalifikować jako znaczny. Kwestionowane działania Spółki uznane zostały za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa (ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Naruszenia objęte przedmiotem postępowania dokonywane są na etapie przedkontraktowym. Praktyki zarzucane Spółce wywołują skutki przede wszystkim w zakresie interesów ekonomicznych konsumentów.

(214)Przy nakładaniu kar Prezes Urzędu uwzględnił, że obie zarzucone Spółce praktyki mają charakter umyślny.

(215) W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Spółka w publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów z wykorzystaniem strony internetowej <https://kamil-partyka.pl/> oraz portalu YouTube wprowadza konsumentów w błąd co do cech prezentowanych tam usług brokerskich oferowanych przez inny podmiot. Co znamienne, zarówno treść informacji zamieszczonych na stronie internetowej, jak i przebieg tych prezentacji, pozwalają twierdzić, iż działania Spółki w tym zakresie są prowadzone w sposób powtarzalny, przemyślany i celowy. Spółka bowiem w trzech kolejnych publikacjach audiowizualnych przedstawiała jedynie rzekome korzyści wynikające z założenia przez konsumenta rachunku inwestycyjnego, nie wspominając przy tym o ryzykach z tym związanych. Przy czym jak wynika z zebranego materiału dowodowego, działający w jej imieniu Kamil Partyka miał już spore doświadczenie zawodowe związane z tego typu inwestycjami (a nawet uczestniczył w szkoleniu dot. zagrożeń występujących na rynku finansowym), a zatem doskonale powinien zdawać sobie sprawę z ryzyka związanego z rozpoczęciem inwestowania przez osoby rozpoczynające szkolenia odnoszące się do różnego rodzaju rynków finansowych.



Ponadto, świadomość konieczności informowania o tego typu ryzykach wynikać powinna również z ugruntowanych już na rynku standardów wynikających między innymi z przepisów ustawy o obrocie instrumentami finansowymi, rozporządzenia 2017/565, a w przypadku kontraktów na różnicę (CFD) - również decyzji KNF.

(216) Z tych samych powodów uznać należało, iż Spółka powinna mieć świadomość, iż wszelkie treści reklamujące bądź promujące usługi brokerskie oferowane przez inny podmiot powinny być oznaczone jako materiał reklamowy. Jak już bowiem wynika z poprzednich punktów niniejszego uzasadnienia osoba działająca w imieniu Spółki miała doświadczenie zarówno w działalności inwestycyjnej, jak i szkoleniowej (wynikające z odbytych kursów i szkoleń, jak i z prowadzonej działalności szkoleniowej) i w związku z powyższym powinna mieć świadomość, że materiały tego typu powinny być stosownie oznaczone.

(217) W przypadku obu wskazanych w sentencji praktyk nie bez znaczenia pozostaje również fakt, iż Spółka otrzymuje wynagrodzenia prowizyjne od każdego założonego za jej pośrednictwem rachunku inwestycyjnego.

(218) Podsumowując, należy podkreślić, że zakwestionowane praktyki Spółki, są przemyślane. Są one nakierowane na pozyskanie jak największej liczby potencjalnych klientów i uzyskania jak największego poziomu wynagrodzenia prowizyjnego. Mając na uwadze powyższe okoliczności, Prezes UOKiK uznał, że Spółka celowo pomijała w prezentowanych materiałach informacje o ryzykach związanych z zawarciem umowy rachunku inwestycyjnego, aby krąg zainteresowanych tym klientów pozostał jak największy. Podobnie, Spółka w sposób celowy pomijała w materiałach szkoleniowych informacje o reklamowym charakterze komunikatów dotyczących usług brokerskich współpracującego ze Spółką podmiotu, aby wpłynąć na decyzje konsumentów zapoznających się z przekazem. Spółka reklamowała w materiałach szkoleniowych usługi brokerskie współpracującego z nią podmiotu, przedstawiając je jako atrakcyjne, przejrzyste, bezpieczne, przez co uczestnik szkoleń mógł sądzić, że są to usługi sprawdzone przez prowadzących szkolenie, a jednocześnie że informacje te mają charakter spontaniczny, bezstronny, co dodatkowo je uwiarygadnia. W konsekwencji tego zaniechania konsumenci mogli być bardziej skłonni do zawarcia umowy rachunku inwestycyjnego z polecaną firmą, co bezpośrednio przekładało się na zysk Spółki. Nie sposób zatem twierdzić, że 3P Consulting Group w zakresie opisanych praktyk naruszyła tylko zasady ostrożności w relacjach z konsumentami.

(219) Przy ustalaniu w niniejszej sprawie wysokości kar za poszczególne praktyki stosowane przez Spółkę, Prezes Urzędu wziął ponadto pod uwagę: okoliczności naruszenia przez 3P Consulting Group przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszeń. Prezes UOKiK rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.



Kara pieniężna z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I.1 sentencji decyzji

- (220)Przypisana Spółce w pkt I.1 sentencji decyzji praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi wprowadzające w błąd działanie, które polega na prezentowaniu, w ogólnodostępnych publikacjach audiowizualnych kierowanych do konsumentów usług brokerskich w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd co do cech tych produktów. Praktyka ta ujawnia się zatem na etapie przedkontraktowym, którego istotą było zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na skłonienie jak największej liczby potencjalnych klientów do skorzystania z oferty usług brokerskich świadczonych za pośrednictwem portalu Klimex Capital Markets.
- (221)Co do praktyki zarzuconej Przedsiębiorcy w pkt I.1 sentencji decyzji, Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że stopień naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy zakwalifikować jako znaczny.
- (222)W konsekwencji działania Przedsiębiorcy godziły przede wszystkim w interesy ekonomiczne konsumentów, którzy będąc pod wpływem ww. działań podejmowali decyzje o zawarciu umowy rachunku inwestycyjnego nie posiadając informacji o ryzykach z tym związanych, co mogło prowadzić następnie do utraty części lub całości zainwestowanych środków. W ocenie Prezesa Urzędu stopień naruszeń zarzucanych Przedsiębiorcy jest wysoki, ale ich faktyczne negatywne skutki finansowe są ograniczone do liczby konsumentów, którzy zdecydowali się zawrzeć umowy z podmiotem świadczącym usługi brokerskie i stracili zainwestowane środki.
- (223)Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił, że treść i forma wykorzystywanych przez Spółkę w obrocie konsumenckim informacji mogła wywoływać i wywoływała mylne wyobrażenie przeciętnego konsumenta co do rzeczywistego ryzyka związanego z założeniem rachunku inwestycyjnego. Wskutek wyżej opisanych działań 3P Consulting Group konsumenci zostali pozbawieni rzetelnej informacji o rzeczywistym ryzyku inwestycji, 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 rzeczywistym, wysokim ryzyku związanym chociażby z rynkiem Forex, mogliby zrezygnować z bliższego zainteresowania się ofertą oraz z zawarcia umowy rachunku inwestycyjnego.
- (224)Ważąc kwotę bazową omawianej kary za praktykę, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. W przypadku tej praktyki można stwierdzić, że ma ona charakter długotrwały, bo jest wykorzystywana przez Spółkę od rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej, tj. od 29 października 2020 r. czyli ponad 2 lata. Ponadto, Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż w przypadku 3P Consulting Group nie stwierdzono uprzedniego naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.



- (225)W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzą o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [xxx]% średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę, tj. [xxx].
- (226)W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.
- (227)Prezes Urzędu za okoliczność obciążającą uznał również umyślność działania Spółki. Okoliczność ta została już omówiona wcześniej i zdaniem Prezesa Urzędu uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej o [xxx]%.
- (228)Prezes Urzędu za okoliczność obciążającą uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia, obejmujący (zdaniem 3P Consulting Group) terytorium całego świata. Wskazać należy, że z oferty usług świadczonych przez Spółkę mógł potencjalnie skorzystać każdy konsument bez względu na miejsce zamieszkania. Omawiana okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia uzasadnia w ocenie Prezesa Urzędu podwyższenie kwoty bazowej o [xxx]%.
- (229)W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu nie zidentyfikował okoliczności łagodzących mogących mieć wpływ na wysokość kary pieniężnej określonej w pkt IV.1 sentencji niniejszej decyzji.
- (230)Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [xxx]%, do kwoty [xxx]zł po zaokrągleniu.
- (231)Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.1 sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę w wysokości 172 050,00 zł (stu siedemdziesięciu dwóch tysięcy pięćdziesięciu złotych), co stanowi około [xxx]% średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę oraz około [xxx]% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (232)Kara ta jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki.
- (233)W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV.1 sentencji niniejszej decyzji.

Kara pieniężna z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I.2 sentencji decyzji.

- (234)W pierwszej kolejności wskazać należy, że na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. W ocenie Prezesa Urzędu praktyka opisana w pkt I.2 sentencji decyzji tj. braku oznaczenia jako treści reklamowych, informacji odnoszących się do usług świadczonych przez firmę inwestycyjną zawartych w materiałach szkoleniowych prezentowanych konsumentom podczas organizowanych szkoleń jak też w publikacjach



audiowizualnych kierowanych do konsumentów nie było dziełem przypadku, ani też efektem niezamierzonych działań. Zdaniem Prezesa Urzędu, 3P Consulting Group wiedział, iż takie działanie może wprowadzać potencjalnych odbiorców komunikatów w błąd, co do wzajemnych relacji ww. podmiotów ze Spółką, a tym samym tworzyć przeświadczenie o bezpieczeństwie prezentowanej inwestycji. Zdaniem Prezesa Urzędu, Spółka jako profesjonalista oraz podmiot doświadczony w prowadzonej działalności gospodarczej, ma obowiązek działania w sposób rzetelny. W żadnej mierze nie powinien wykorzystywać sytuacji konsumenta, jego braku doświadczenia, niezajomości prawa, niewiedzy, zaufania czy naiwności w celu uzyskania własnych korzyści finansowych.

- (235)W zakresie czynników obrazujących stopień i skutki rynkowe naruszenia, Prezes Urzędu uznał, że stopień naruszenia przez 3P Consulting Group przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy zakwalifikować jako znaczny. Kwestionowane działania 3P Consulting Group uznane zostały za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa. Naruszenia objęte przedmiotem postępowania dokonywane są na etapie zawierania oraz wykonania kontraktu. Praktyki zarzucane Spółce wywołują skutki przede wszystkim w zakresie interesów ekonomicznych konsumentów (związanych z możliwością utraty zainwestowanych środków) jak i pozaekonomicznych (związanych z niechcianym zapoznaniem się z ukrytymi treściami reklamowymi).
- (236)Ważąc kwotę bazową omawianej kary za praktykę, Prezes Urzędu uwzględnił także okres jej stosowania przez Spółkę. W przypadku tej praktyki można stwierdzić, że ma ona charakter długotrwały, bo jest wykorzystywana przez Spółkę od rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej, tj. od 29 października 2020 r. czyli ponad dwa lata. Ponadto, Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, iż w przypadku 3P Consulting Group nie stwierdzono uprzedniego naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (237)W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [xxx]% średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę, tj. [xxx].
- (238)W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.
- (239)Prezes Urzędu za okoliczność obciążającą uznał również umyślność działania Spółki. Okoliczność ta została już omówiona wcześniej i zdaniem Prezesa Urzędu uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej o [xxx]%.
- (240)Prezes Urzędu za okoliczność obciążającą uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia, obejmujący (zdaniem 3P Consulting Group) terytorium całego świata. Wskazać należy, że z oferty usług świadczonych przez Spółkę mógł potencjalnie skorzystać każdy konsument bez względu na miejsce zamieszkania. Omawiana



okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia uzasadnia w ocenie Prezesa Urzędu podwyższenie kwoty bazowej o [xxx]%.

- (241)W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu nie zidentyfikował okoliczności łagodzących mogących mieć wpływ na wysokość kary pieniężnej określonej w pkt IV.2 sentencji niniejszej decyzji.
- (242)Uwzględniając wszystkie okoliczności obciążające, ustaloną kwotę bazową należało podwyższyć o [xxx]%, do kwoty [xxx] zł po zaokrągleniu.
- (243)Biorąc pod uwagę powyższe, za praktykę opisaną w pkt I.2 sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę w wysokości 137 640,00 zł (stu trzydziestu siedmiu tysięcy sześciuset czterdziestu złotych), co stanowi [xxx]% średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę oraz [xxx] maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (244)Kara ta jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki.
- (245)W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV.2 sentencji niniejszej decyzji.

Kara nakładana na osobę zarządzającą (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)

- (246)Zgodnie z art. 106b ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (247)Zgodnie z art. 4 pkt 3a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez osobę zarządzającą rozumie się kierującego przedsiębiorstwem, w szczególności osobę pełniącą funkcję kierowniczą lub wchodzącą w skład organu zarządzającego przedsiębiorcy. Z powyższego wynika, że za okoliczność świadczącą o tym, że dana osoba jest osobą zarządzającą ustawodawca uznaje kierowanie przedsiębiorstwem. Sytuację, w której dana osoba pełni „funkcję kierowniczą” lub jest członkiem organu zarządzającego, ustawodawca uznaje za szczególne formy kierowania przedsiębiorstwem.
- (248)Mając na uwadze, że Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przez 3P Consulting Group przepisów wymienionych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (stanowiące nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu ustawy z dnia o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym), odpowiedzialności podlegają również osoby zarządzające.



- (249)Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy podkreślenia wymaga, że od wpisania Spółki do KRS posiadała ona zarząd jednoosobowy, przy czym niezmiennie funkcję jedyne go członka Zarządu pełnił Kamil Partyka. Zgodnie z art. 293 § 2 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. z 2024 r. poz. 18, dalej jako: ksh), członek zarządu, rady nadzorczej, komisji rewizyjnej oraz likwidator powinien przy wykonywaniu swoich obowiązków dołożyć staranności wynikającej z zawodowego charakteru swojej działalności.
- (250)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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).
- (251)Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne dopuszczenie przez osobę zarządzającą do naruszenia przepisów wskazanych w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Przy ocenie odpowiedzialności oraz umyślności działania Kamila Partyki wzięto pod uwagę fakt, iż był on prezesem zarządu w okresie kiedy doszło do naruszenia przepisów, posiadał znaczną wiedzę z zakresu inwestowania na rynkach finansowych oraz jego osobiste zaangażowanie w działalność Spółki (Spółka w tym okresie nie zatrudniała żadnych pracowników). Zaangażowanie to przejawiało się między innymi w osobistym prowadzeniu szkoleń i działań promocyjnych objętych zarzutami, a komunikacja z konsumentami odbywała się także za pośrednictwem strony internetowej Spółki pod nazwą domeny będącej imieniem i nazwiskiem osoby nią wtedy zarządzającej (kamil-partyka.pl).
- (252)Kamil Partyka posiada doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej. Przed rozpoczęciem bowiem działalności w 3P Consulting Group prowadził również osobiście szkolenia inwestycyjne bądź był też udziałowcem lub członkiem zarządu w następujących podmiotach prowadzących tego typu szkolenia:
- World Training Group Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi KRS: 0000802042**
- a) siedziba: ul. Pocztowa 16 lok. 7 91-464 Łódź
 - b) wspólnicy: Damian Karbowski (PESEL 93091300155), Kamil Partyka (PESEL 93091300155)
 - c) organ uprawniony do reprezentacji: zarząd - na dzień sporządzenia niniejszej decyzji nie został powołany
 - d) data wpisu do KRS: 02.09.2019 r., data wykreślenia z KRS: - (aktywny)
 - e) główny przedmiot działalności: 85, 59, B, pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane



f) uwagi: w odpowiedzi na wezwanie spółka ta wskazała, iż świadczyła również usługi polegające na prowadzeniu szkoleń i warsztatów dot. inwestowania na rynkach finansowych (waluty, surowce, indeksy giełdowe) z wykorzystaniem kontraktów na różnice kursowe (CFD).

Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi KRS: 0000719370

a) siedziba: obecnie bez wskazania siedziby, wcześniej ul. Pocztowa 16 lok. 7 91-464 Łódź

b) wspólnicy: Damian Karbowski (PESEL 93091300155), Kamil Partyka (PESEL 93091300155)

c) organ uprawniony do reprezentacji: zarząd - na dzień sporządzenia postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania nie został powołany

d) data wpisu do KRS: 16.02.2018 r., data wykreślenia z KRS: 23.02.2023 r.,

e) główny przedmiot działalności: 70, 22, Z, pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania

f) uwagi: w odpowiedzi na wezwanie spółka ta wskazała, iż nie prowadzi żadnej działalności gospodarczej oraz, że występuje wyłącznie jako komplementariusz w spółce komandytowej.

Z informacji uzyskanych od Sądu Rejonowego dla Łodzi - Śródmieścia wynika, iż wobec Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi wszczęto w dniu 02 lutego 2021 r. postępowanie przymuszające do powołania zarządu (sygn. akt XX Ns-Rej. KRS 402/21/211).

Fraktal Trader Sp. z o.o. International Sp. Komandytowa z siedzibą w Łodzi KRS: 0000729257:

a) siedziba: ul. Pocztowa 16 lok. 7 91-464 Łódź

b) wspólnicy: Damian Karbowski (PESEL 93091300155), Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi (KRS 0000719370),

c) organ uprawniony do reprezentacji: wspólnicy reprezentujący spółkę - wspólnikiem uprawnionym jest Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi

d) data wpisu do KRS: 24.04.2018 r., data wykreślenia z KRS: 01.03.2023 r.,

e) główny przedmiot działalności: 85, 59, B, pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane

f) uwagi: w odpowiedzi na wezwanie spółka ta wskazała, iż jej działalność polega na prowadzeniu szkoleń i warsztatów dot. inwestowania na rynkach finansowych (waluty, surowce, indeksy giełdowe) z wykorzystaniem kontraktów na różnice kursowe (CFD).

Spółka została wpisana na listę ostrzeżeń publicznych Komisji Nadzoru Finansowego z adnotacją „Postępowanie w sprawie o czyn z art. 178 ustawy o



obrocie instrumentami finansowymi. Przewodniczący KNF przystąpił do postępowania zainicjowanego przez inny podmiot”.

Fraktal Trader Sp. z o.o. Sp. Komandytowa z siedzibą w Łodzi KRS: 0000719643:

a) siedziba: ul. Pocztowa 16 lok. 7 91-464 Łódź

b) wspólnicy: Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi (KRS 0000719370), FRAKTAL TRADER L.P

c) organ uprawniony do reprezentacji: Fraktal Trader Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi

d) data wpisu do KRS: 19.02.2018 r., data wykreślenia z KRS: 30.11.2022 r.,

e) główny przedmiot działalności: 85, 59, B, pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane.

f) uwagi: Spółka została wpisana na listę ostrzeżeń publicznych Komisji Nadzoru Finansowego z adnotacją „Postępowanie w sprawie o czyn z art. 178 ustawy o obrocie instrumentami finansowymi. Przewodniczący KNF przystąpił do postępowania zainicjowanego przez inny podmiot”.

(253) Ponadto, jak wynika z publikacji audiowizualnej pod nazwą „White Friday - Kamil Partyka” Kamil Partyka posiada dziesięcioletnie doświadczenie w zakresie inwestowania na wskazanych powyżej rynkach. Informacja powyższa znajduje również odzwierciedlenie w zebranych w trakcie trwania postępowania wyjaśniającego dokumentach potwierdzających ukończenie przez Kamila Partykę różnego rodzaju szkoleń z powyższego zakresu - w szczególności w trakcie trwania współpracy z [xxx]. Dodatkowo wskazać należy, że dla tego podmiotu Kamil Partyka przeprowadził również szereg warsztatów stacjonarnych z zakresu inwestowania na rynkach finansowych.

(254) W związku z powyższym, zasadne jest stwierdzenie, że Kamil Partyka w ramach sprawowania przez siebie funkcji w czasie trwania stwierdzonego naruszenia, umyślnie dopuścił przez swoje działanie lub zaniechanie do naruszenia zakazów stosowania przez 3P Consulting Group praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I sentencji niniejszego postanowienia.

Wysokość kary pieniężnej nałożona na Kamila Partykę za dopuszczenie do stosowania przez Spółkę praktyki stwierdzonej w pkt I.1

(255) Ustalając wysokość kary pieniężnej nakładanej na osobę zarządzającą 3P Consulting Group, Prezes Urzędu uwzględnił, iż stwierdzona w pkt I.1 sentencji praktyka miała znaczny zasięg terytorialny.

(256) W przypadku tej praktyki można również stwierdzić, że ma ona charakter długotrwały, bo jest wykorzystywana przez zarządzaną przez Kamila Partykę Spółkę



od rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej, tj. od 29 października 2020 r. czyli ponad 2 lata.

- (257) Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osoby zarządzającej Prezes Urzędu rozważył również okoliczności obciążające i łagodzące.
- (258) Uwzględniając okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań, uzasadnione jest nałożenie na Kamila Partykę kary pieniężnej za dopuszczenie do naruszenia przez 3P Consulting Group zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (259) Biorąc pod uwagę powyższe Prezes Urzędu nałożył Kamila Partykę karę w wysokości 60.000,00 zł (słownie: sześćdziesięciu tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie praktyki opisanej w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 3% maksymalnego wymiaru kary.

Wysokość kary pieniężnej nałożona na Kamila Partykę za dopuszczenie do stosowania przez Spółkę praktyki stwierdzonej w pkt I.2

- (260) Ustalając wysokość kary pieniężnej nakładanej na osobę zarządzającą 3P Consulting Group, Prezes Urzędu uwzględnił, iż stwierdzona w pkt I.2 sentencji praktyka miała znaczny zasięg terytorialny.
- (261) W przypadku tej praktyki można również stwierdzić, że ma ona charakter długotrwały, bo jest wykorzystywana przez zarządzaną przez Kamila Partykę Spółkę od rozpoczęcia wykonywania działalności gospodarczej, tj. od 29 października 2020 r. czyli ponad 2 lata.
- (262) Przy wymierzaniu kar pieniężnych dla osoby zarządzającej Prezes Urzędu rozważył również okoliczności obciążające i łagodzące.
- (263) Uwzględniając okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stopień wpływu osoby zarządzającej na naruszenia oraz umyślność podejmowanych przez tę osobę działań, uzasadnione jest nałożenie na Kamila Partykę kary pieniężnej za dopuszczenie do naruszenia przez 3P Consulting Group zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (264) Biorąc pod uwagę powyższe Prezes Urzędu nałożył Kamila Partykę karę w wysokości 40.000,00 zł (słownie: czterdziestu tysięcy złotych) za umyślne dopuszczenie poprzez swoje działania do naruszenia przez Spółkę art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie praktyki opisanej w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, co stanowi 2% maksymalnego wymiaru kary.

Koszty postępowania (pkt VI rozstrzygnięcia decyzji)



- (265)Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.
- (266)Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego 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.
- (267)W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 332,20 zł (słownie: trzystu trzydziestu dwóch złotych dwudziestu groszy).
- (268)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.
- (269)Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt VI sentencji decyzji.

Pouczenia

- (270)Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 Nr **51 1010 1010 0078 7822 3100 0000**.
- (271)Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2023 poz. 1550 ze zm., dalej jako „Kodeks postępowania cywilnego”) - 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 Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

- (272)W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności zawartego w pkt II sentencji decyzji, stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 Kodeksu postępowania administracyjnego, w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479³² Kodeksu postępowania cywilnego, 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 Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź, w terminie tygodnia od daty doręczenia decyzji.
- (273)W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² §1 Kodeksu postępowania cywilnego, 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 Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.
- (274)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. z2022 r. poz. 1125 z późn. zm.).- dalej: „ustawa o kosztach sądowych w sprawach cywilnych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.
- (275)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. Ust. 2 ww. art. stanowi zaś, że spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd.1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wnioski 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.
- (276)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 wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Łodzi*

Tomasz Dec

Otrzymuje:

- 1) 3p Consulting Group Sp. z o.o.
- 2) Kamil Partyka