



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Gdańsk, dnia 16 lutego 2026 r.

RGD-2.610.3.2026.AG

DECYZJA RGD - 1/2026

„informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]”

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie przedsiębiorcy Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone Ameryki)** polegające na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845) poprzez założenie, prowadzenie oraz propagowanie programu partnerskiego umożliwiającego zarejestrowanemu użytkownikowi Platformy Eaconomy budowanie struktury dystrybucyjnej w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji na warunkach określonych w: Umowie użytkownika (ang. User Agreement), Zasadach i Warunkach (ang. Terms and Conditions) oraz Poradniku Planu Wynagrodzeń (ang. Rewards Plan Handbook), które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu - co stanowi system promocyjny typu piramida oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a przez to stanowi naruszenie, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714)
i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 15 lipca 2025r.
- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 8 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714), w związku z uznaniem praktyki, o której mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone Ameryki) karę pieniężną w wysokości 6.762.000 zł (słownie: sześć milionów siedemset sześćdziesiąt dwa tysiące złotych)**, za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.
- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714) w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1

ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2025 r. poz. 1691) w zw. z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża kosztami niniejszego postępowania Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone Ameryki) w kwocie 100 zł (słownie: sto złotych)** oraz zobowiązuje do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”), postanowieniem nr RGD - 97/2024 z dnia 2 września 2024 r., wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu ustalenie czy działalność gospodarcza prowadzona poprzez platformę internetową pod nazwą Eaconomy (np. www.eaconomy.io, www.eaconomy.best) oraz podmiotów ją promujących, w szczególności osób należących do zespołu 1Vision Polska (określanym również jako 1Vision Poland lub One Vision Poland) prowadzi do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów oraz przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów lub innych ustaw chroniących interesy konsumentów (dalej także: „Postępowanie Wyjaśniające”).
- [2] Analiza materiału dowodowego uzyskanego w toku Postępowania Wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 27 maja 2025 r. RGD-39/2025, postępowania w sprawie stosowania przez **Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone Ameryki)** (dalej także: „Eaconomy” lub „Spółka”) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wskazanych w pkt I sentencji (dalej także: „Postępowanie Właściwe”).

Dowód: Postanowienie Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., RGD-39/2025, Karta 51;

- [3] Postanowieniem RGD-38/2025 z dnia 27 maja 2025 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów we wszczętym postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygnaturze RGD-2.610.3.2025.AG pisma i dokumenty uzyskane w toku Postępowania Wyjaśniającego oraz inne dokumenty wymienione w tym postanowieniu.

Dowód: Postanowienie Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., RGD-38/2025, Karta 55;

- [4] Pismem z dnia 27 maja 2025 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o wszczęciu Postępowania Właściwego oraz o zaliczeniu w poczet materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu dokumentów zebranych w toku Postępowania Wyjaśniającego.

Dowód: Pismo Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., Karta 53;

- [5] W trakcie Postępowania Właściwego, dnia 27 czerwca 2025 r., Urząd Komisji Nadzoru Finansowego przekazał Prezesowi Urzędu dokumenty i informacje dotyczące Spółki a pozyskane od zagranicznych organów nadzoru.

Dowód: Pismo Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 27 czerwca 2025 r., Karta 84;

- [6] Pismem z dnia 22 grudnia 2025 r. Spółka została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w prowadzonym Postępowaniu Właściwym oraz poinformowana o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

Dowód: Pismo Prezesa UOKiK z dnia 22 grudnia 2025 r., Karta 120;

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

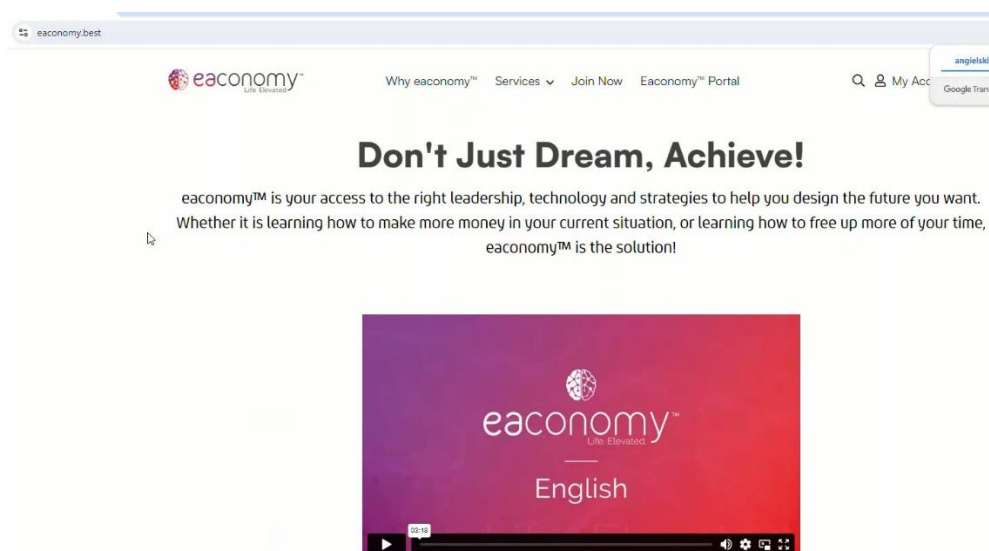
Platforma i jej uczestnicy

- [7] W toku Postępowania Wyjaśniającego oraz Postępowania Właściwego ustalono, że **Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone Ameryki)** została zarejestrowana w 2020 r. pod nazwą Eaconomy LLC. Właścicielem marki a jednocześnie prezesem zarządu spółki (ang. *Chief Executive Officer, CEO*) był Hassan Mahmoud. Spółka była administratorem i właścicielem dwóch serwisów internetowych <https://eaconomy.io/> (uruchomionego w marcu 2021 r.) oraz <https://eaconomy.best> (który rozpoczął działalność w lutym 2024 r.) - funkcjonujących jako internetowa platforma pod wspólną nazwą (brandem) Eaconomy (dalej także: „Platforma”). Przedmiotem działalności Spółki było świadczenie usług edukacyjnych online użytkownikom Platformy, w tym konsumentom (dalej także: „Członkowie”), którzy w tym celu nabywali pakiety szkoleniowe.

Dowód: Wydruki ze strony internetowej who.is, Karty 23-24;

- [8] Zgodnie z materiałami zamieszczonymi przez Spółkę, między innymi na Instagramie, przedmiotem jej działalności była m.in. sprzedaż dostępu za pośrednictwem Platformy do aplikacji opartych o sztuczną inteligencję jak np. Manara, materiałów edukacyjnych, pomysłów handlowych i sesji handlowych na żywo, których tematyka dotyczyła m.in. zakupu lub sprzedaży online: akcji, opcji, FOREX, ETF i kryptowalut. Informacje kierowane do Członków były przekazywane nie tylko za pośrednictwem aplikacji mobilnej, ale także komunikatora Telegram i ww. stron internetowych Platformy.

Grafika nr 1. Zrzut ekranu ze strony internetowej

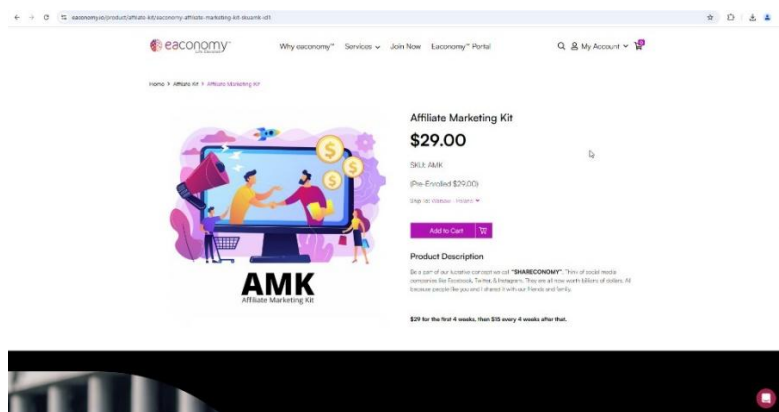


Źródło: strona internetowa <https://economy.best>

Dowód: Film - 2024-08-06_13-54-22, Karta 42;

- [9] Dostępem do treści szkoleniowych dysponowali Członkowie, przy czym na Platformie istniały dwa rodzaje członkostwa o nazwach: „Elite Pack” oraz „Elite Pro Pack”. Ich cena za jeden miesiąc wynosiła odpowiednio: 149 USD za pierwszy miesiąc (następnie 99 USD za kolejne miesiące) oraz 235 USD za pierwszy miesiąc (następnie 149 USD za kolejne miesiące). Dostęp do Platformy był oparty na systemie subskrypcyjnym.
- [10] Istniała również możliwość dołączenia do Eaconomy nie w charakterze Członka, ale jako Partner. Wówczas opłata aktywacyjna za tzw. zestaw marketingu afiliacyjnego wynosiła 29 USD, a subskrypcja za kolejne okresy opiewała na 15 USD miesięcznie. Należy podkreślić, że Partner otrzymywał wówczas dostęp do witryny internetowej, systemu wsparcia, systemu marketingu lejkowego (ang. *funnel marketing system*), Akademii Partnerskiej oraz cotygodniowych szkoleń online w ramach mentoringu pod nazwą „Icon”. Prowizja była wypłacana tylko od zamówionych produktów, a nie opłaty aktywacyjnej lub rejestracyjnej.

Grafika nr 2. Zrzut ekranu z ofertą zakupu zestawu afiliacyjnego.



Źródło: economy.io [dostęp: 03.03.2025r.]

Program Partnerski, Niezależni Partnerzy Oprogramowania (Niezależni Partnerzy)

- [11] W celu promocji działalności Eaconomy, w szczególności Platformy, Spółka prowadziła Program Partnerski, który umożliwiał uzyskanie korzyści materialnych w związku z wykupieniem jednego z pakietów zapewniających dostęp do usług edukacyjnych oferowanych przez Spółkę. W tym obszarze kluczową rolę spełniali tzw. Niezależni Partnerzy Oprogramowania (ang. *Independent Software Partners, ISP*)¹ (dalej także: „Partnerzy”) lub Niezależni Partnerzy (ang. *Independent Affiliates*)², którzy polecając ofertę Eaconomy, rekrutowali nowych Członków oraz budowali wielopoziomowe struktury dystrybucyjne w projekcie. Program partnerski, którego szczegółowe zasady i warunki uczestnictwa regulował Plan Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan*), umożliwiał czerpanie korzyści aktywnym partnerom Platformy z tytułu działań marketingowych na rzecz Spółki.

¹ Tłumaczenia własne Prezesa Urzędu.

² Różnica w określeniu partnerów wynika z dokumentów Spółki. Pierwsze określenie ma miejsce w Umowie Użytkownika natomiast drugie w Planie Nagród.

[12] Aby zostać uznanym za aktywnego Partnera, należało wykupić dostęp do jednego z pakietów, to jest „Elite Pack” bądź „Elite Pro Pack” oraz zestaw marketingu afiliacyjnego.

[13] Zgodnie z informacjami pozyskanymi w toku Postępowania Wyjaśniającego, Eaconomy oferowała dwa rodzaje pakietów o nazwach: „Elite Pack” oraz „Elite Pro Pack”. W ich ramach użytkownik Platformy uzyskiwał dostęp do występujących pod ww. nazwami określonych rodzajów usług związanych z przekazywaniem informacji na temat finansów oraz materiałów edukacyjnych:

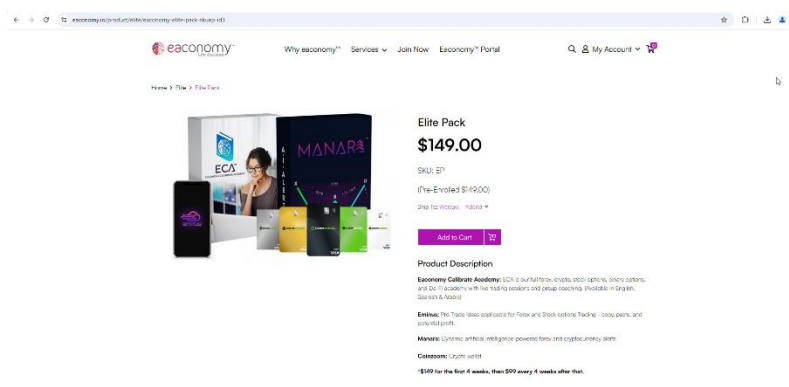
a) Subskrypcja na poziomie „Elite Pack” obejmowała dostęp do usług o nazwach:

- Eaconomy Calibrate Academy - to zestawy informacyjne na temat rynku Forex, kryptowalorów, opcji akcji, opcji binarnych i zdecentralizowanych finansów z sesjami handlu na żywo i coachingiem grupowym - były dostępne w języku angielskim, hiszpańskim i arabskim);
- Eminus - to narzędzie dostarczające pomysły handlowe do zastosowania w handlu walutami na rynku Forex i opcjami giełdowymi. Spółka określała je jako „kopiuj, wklej i [uzyskaj] potencjalny zysk”;
- Manara - miała dostarczać alerty dotyczące rynków Forex i kryptowalut oparte na sztucznej inteligencji;
- Coinzoom - dotyczył portfela kryptowalut.

b) Subskrypcja na poziomie „Elite Pro Pack” obejmowała - poza ww. usługami świadczonymi w ramach „Elite Pack” - dodatkowo dostęp do:

- Skie - darmowego VPS³ w chmurze;
- Aithena - opisaną jako „Zacięta wojowniczką, która będzie walczyć o każdą zyskowną transakcję.” Według Spółki wskazana usługa „korzysta z zastrzeżonego algorytmu A.I., znajdując dla użytkownika najlepszą możliwą transakcję, jednocześnie skupiając się na zachowaniu kapitału i wzroście.”⁴

Grafika nr 3. Zrzut szczegółów oferty



Źródło: zrzut ze strony internetowej <https://economy.io> [dostęp: 03.03.2025 r.]

Dowód: Zrzut ekranu - 2025-03-03_14-21-00, Karta 42;

³ Virtual private server - VPS to rozwiązanie pośrednie między hostingiem a serwerem fizycznym [https://www.ovhcloud.com/pl/vps/definition/].

⁴ Opis usługi pochodzi z <https://economy.io/product/elite/economy-elite-pack-skuep-id3> [dostęp: 7.03.2025]

- [14] Poniższa tabela prezentuje dostępne na rynku polskim pakiety edukacyjne oferowane przez Eaconomy wraz z podaniem opłat, na podstawie informacji przekazanych przez Partnera Spółki:

Tabela nr 1

Nazwa pakietu	Opłata za pierwsze 4 tygodnie	Za każdy kolejny miesiąc
Elite Pack	149,00 USD	99,99 USD
Elite Pro Pack	235,00 USD	149,00 USD

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji przekazanych przez Partnera Spółki.

Dowód: Pismo Małgorzaty[xxxxxxxx] z dnia 4 listopada 2024 r., Karty 34-38;

- [15] Aby zarejestrować się na Platformie i dokonać zakupu wybranego pakietu użytkownik musiał skorzystać z linku referencyjnego otrzymanego od Partnera. Po wyborze pakietu, dokonaniu jednorazowej płatności oraz zaakceptowaniu warunków umowy Członek uzyskiwał dostęp do materiałów edukacyjnych adekwatnych dla zakupionego pakietu.

- [16] Zgodnie z treścią Polityki Zwrotów (ang. *Refund Policy*), w ciągu pierwszych siedmiu dni (o ile obowiązujące prawo nie stanowi inaczej) od daty pierwszej rejestracji lub płatności za usługę członek/partner mógł anulować umowę członkowską z Eaconomy i otrzymać zwrot wszystkich dokonanych opłat.

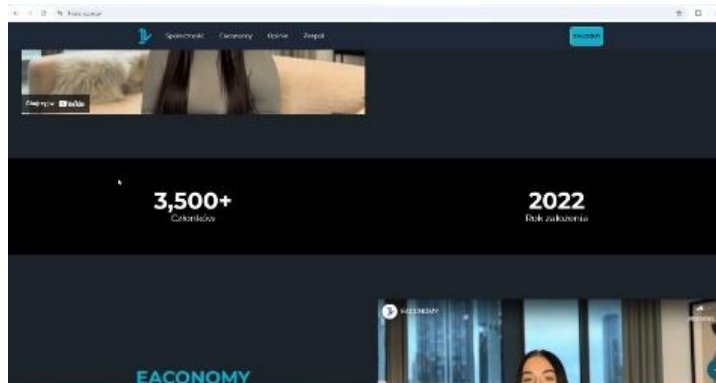
Dowód: Polityka zwrotów (ang. *Refund Policy*), Karta 11;

- [17] Zgodnie z treścią Zasad i Warunków (ang. *Terms and Conditions*), Partner mógł anulować swoją umowę z Eaconomy w dowolnym czasie i z dowolnego powodu, wysyłając pisemne powiadomienie lub wiadomość e-mail. Po dobrowolnym lub przymusowym anulowaniu przez dostawcę usług internetowych, były Niezależny Partner Oprogramowania nie miał żadnych praw, tytułów, roszczeń ani interesów w stosunku do organizacji oraz do osób, które budowały jego strukturę.

Dowód: Zasady i Warunki (ang. *Terms and Conditions*), Karty 4-8;

- [18] W Polsce, w sposób szczególny, Platformę propagowały osoby tworzące nieformalną grupę pod nazwą 1 Vision Poland, której założycielkami i liderkami były m.in. Małgorzata [xxxxxxx], Klaudia [xxxxxxxxx], Zuzanna [xxxxxxxxx] oraz Daria [xxxxxxxxx]. Wymienione osoby, w związku z działalnością marketingową, osiągnęły wysokie rangi w organizowanym przez Spółkę Programie Partnerskim. Na stronie internetowej 1 Vision Polska <https://1vision.com.pl/> zamieszczono informację, że użytkowników Platformy Eaconomy w Polsce było ponad 3.500. Liczba ta jednak mogła być nieaktualna, z uwagi na fakt, że Małgorzata [xxxxxxx] osiągnęła rangę „ICON 9” z czym wiązał się fakt, że powinna mieć w swojej bezpośredniej strukturze około 400 osób a w ogólnej strukturze - ponad 2.600 Członków. Natomiast Klaudia [xxxxxxxxx], która osiągnęła rangę „Icon 50”, zgodnie z Planem Wynagrodzeń, powinna mieć w swojej bezpośredniej strukturze minimum 2.000 osób.

Grafika nr 4. Strona internetowa 1vision.com.pl z liczbą członków grupy.



Źródło: zrzut z ekranu: <https://1vision.com.pl/> [dostęp: 04.03.2025 r.], Karta 42;

- [19] Jak już wspomniano wyżej, w celu promocji swojej działalności Eaconomy prowadziło Program Partnerski. Zgodnie z treścią stosowanego przez Spółkę dokumentu określającego warunki korzystania z Platformy pod nazwą „Zasady i Warunki” (ang. *Terms and Conditions*), aby zostać Niezależnym Partnerem Oprogramowania (ISP) każdy kandydat musiał:

- „1. Być co najmniej pełnoletnim w kraju zamieszkania;
2. Mieszkać na obszarze geograficznym, na którym Eaconomy prowadzi działalność gospodarczą;
3. Przeczytać i zaakceptować *Zasady i Warunki, Plan Wynagrodzeń, Zastrzeżenia dotyczące dochodów, Umowę niezależnego partnera oprogramowania, Warunki użytkowania, Politykę prywatności i Politykę zwrotów*;
4. Przyjąć na siebie wszelkie stosowne obowiązki związane z rozliczaniem podatku dochodowego, ubezpieczeń i wydatków na rzecz prowadzenia działalności;
5. Dostarczyć Spółce numer identyfikacyjny podatnika. W przeciwnym razie, Spółka potrąci i zapłaci podatek w wysokości 28 procent dochodu powyżej 600 USD, chyba że poświadczy się firmie, że jest się korporacją zwolnioną z podatku zaliczkowego lub w inny sposób niepodlegającą podatkowi zaliczkowemu [w USA przyp. Prezesa Urzędu].”.

Dowód: *Zasady i Warunki* (ang. *Terms and Conditions*), Karty 4-8;

- [20] Nowy Członek nie był zobowiązany do przystąpienia do Programu Partnerskiego Spółki. Uczestnictwo jako Niezależny Partner było opcjonalne. Członkowie musieli mieć ukończone 18 lat i przestrzegać wszystkich obowiązujących zasad i procedur związanych z korzystaniem z Platformy. Z kolei Partnerzy mogli otrzymywać bonusy/prowizje za polecenie Platformy nowym użytkownikom oraz dokonanie przez nich zakupu jednego z pakietów, jak również bonusów/prowizji tytułem opłacenia przez Członków korzystających z usług Eaconomy opłaty comiesięcznej subskrypcji. Spółka zastrzegła sobie prawo do zaakceptowania lub odrzucenia dowolnej Umowy Niezależnego Partnera z jakiegokolwiek powodu lub bez powodu⁵.

Dowód: *Zasady i Warunki* (ang. *Terms and Conditions*), Karty 4-8;

⁵ <https://eaconomy.io/user-agreement>

- [21] W toku Postępowania Wyjaśniającego Prezes Urzędu - na podstawie informacji przekazanych przez przedsiębiorcę Małgorzatę [xxxxxxx] prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą: Małgorzata [xxxxxxx] z [xxxxxx xxxxxx], jedną z liderów i współzałożycielkę grupy 1 Vision Polska - ustalił proces rejestrowania się nowych Członków na Platformie. W piśmie z dnia 14 lutego 2025 r. Małgorzata [xxxxxxx] wyjaśniła, że „aby zostać użytkownikiem Platformy, klient korzysta z linku polecającego i podaje podstawowe informacje, takie jak imię i nazwisko, adres i data urodzenia. Następnie ustalane jest hasło i nazwa użytkownika. Użytkownik wybiera zestaw i metodę płatności. Po dokonaniu zakupu klient uzyskuje dostęp do wybranego produktu na Platformie.”. W piśmie z dnia 14 lutego 2025 r. ww. przedsiębiorca uściśliła, że rozpoczynając współpracę z Platformą Eaconomy zaakceptowała „Regulamin Platformy (ang. Terms&Conditions) oraz wyraziła zgodę na umowę współpracy (ang. User Agreement)”. Wskazany przedsiębiorca nie zawierał innych umów ze Spółką.

Dowód: Pismo Małgorzaty [xxxxxxx] z dnia 14 lutego 2025 r., Karty 39-41;

- [22] Jak wynika z Poradnika Planu Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan Handbook*), w ramach udziału w Programie Partnerskim Partner otrzymywał prowizję wyłącznie w oparciu o skuteczną sprzedaż produktów i usług Eaconomy dokonywaną osobiście lub przez innego Partnera znajdującego się w jego strukturze sprzedażowej.

Dowód: Poradnik Planu Wynagrodzeń (ang. Rewards Plan Handbook), Karty 12-15;

- [23] Wynagrodzenie uzyskiwane przez Niezależnego Partnera Oprogramowania oraz rodzaje prowizji określał Plan Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan*) przewidujący m.in.:

a) **FAST START BONUS** - „umożliwia otrzymanie wynagrodzenia od każdego bezpośrednio sprzedanego pakietu Członkowskiego. Niezależnie od sprzedanego pakietu bonus wynosi 50 USD.”;

b) **BINARY TEAM COMMISSIONS** - „Jeśli osoba polecająca kwalifikuje się do prowizji rezydualnej, otrzymuje ona dochód rezydualny obliczany na podstawie wielkości bazy klientów osoby polecającej”. Wysokość tygodniowych i miesięcznych wypłat prezentuje poniższa tabela:

Tabela nr 2. Tygodniowe i miesięczne wypłaty dla Partnerów Eaconomy.

RANK	WEEKLY PAYOUT	MONTHLY PAYOUT
Apprentice	\$25	\$100
Influencer 500	\$125	\$500
Influencer 900	\$225	\$900
Influencer 1500	\$375	\$1,500
Prodigy 3k	\$750	\$3,000
Prodigy 5k	\$1,250	\$5,000
Icon 9	\$2,250	\$9,000
Icon 15	\$3,750	\$15,000
Icon 25	\$6,250	\$25,000
Icon 50	\$12,500	\$50,000
Mogul 75	\$18,750	\$75,000
Mogul 100	\$25,000	\$100,000
Mogul 250	\$62,500	\$250,000
Mogul 500	\$125,000	\$500,000
Mogul 750	\$187,500	\$750,000
Legend	\$250,000	\$1,000,000

Źródło: <https://cloudspark.directscale.com/eaconomy/resources/20e39d69-5cc4-46d3-bf6d-c034383eb23b/2.pdf> [dostęp: 04.03.2025]

Poniższa tabela graficznie ilustruje z kolei nazwy szesnastu rang i warunki konieczne do uzyskania awansu w obrębie struktury dystrybucyjnej zorganizowanej przez Spółkę:

Tabela nr 3. Rangi i warunki ich uzyskania.

RANK	VOLUME	TOTAL STUDENTS	PERSONALLY ENROLLED	PERSONAL VOLUME	TOTAL ENROLLMENT TREE VOLUME	LEG RULE
Apprentice	297	2/1	3	396	396	N/A
Influencer 500	1,980	10/10	3	297	594	50%
Influencer 900	3,960	20/20	3	297	1,188	50%
Influencer 1500	7,920	40/40	3	297	2,376	50%
Prodigy 3k	14,850	75/75	3	297	4,455	50%
Prodigy 5k	39,600	200/200	4	396	11,880	50%
Icon 9	74,250	375/375	6	594	22,275	50%
Icon 15	99,000	500/500	7	693	29,700	50%
Icon 25	198,000	1000/1000	8	792	59,400	50%
Icon 50	396,000	2000/2000	9	891	118,800	50%
Mogul 75	594,000	3000/3000	10	990	178,200	50%
Mogul 100	891,000	4500/4500	11	1089	267,300	50%
Mogul 250	1,782,000	9,000 / 9,000	12	1,188	534,600	50%
Mogul 500	3,564,000	18,000 / 18,000	13	1,287	1,069,200	50%
Mogul 750	7,128,000	36,000 / 36,000	14	1,386	2,138,400	50%
Legend	14,256,000	72,000 / 72,000	15	1,485	4,276,800	50%

Źródło: <https://cloudspark.directscale.com/eaconomy/resources/20e39d69-5cc4-46d3-bf6d-c034383eb23b/2.pdf> [dostęp: 04.03.2025]

Zasady kwalifikacji na daną rangę w strukturze dystrybucyjnej oraz dodatkowe, możliwe gratyfikacje związane z osiągnięciem i utrzymaniem danej rangi wymagały spełnienia warunków, opisanych w Planie Nagród. Jako przykład można przedstawić wymagania dla rangi Icon 9, którą osiągnęła Małgorzata [xxxxxxx]. Zgodnie z danymi przedstawionymi wyżej dla osiągnięcia uzyskanej przez ww. przedsiębiorcę rangi Icon 9 konieczne było posiadanie w swojej strukturze 6 aktywnych partnerów oraz mieć łączny zespół co najmniej 375 aktywnych uczestników.

Ponadto, każdemu z Partnerów przysługiwał jednorazowy Bonus za uzyskanie kolejnej rangi w systemie. Gratyfikacja przedstawiała się w sposób zaprezentowany na poniższej grafice:

Grafika nr 5. Lifestyle Bonus.



I Lifestyle Bonus

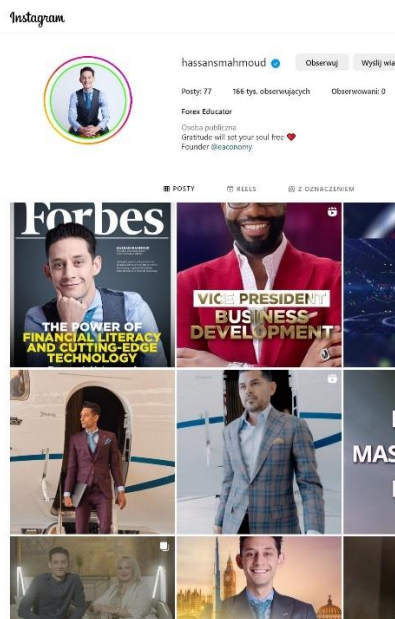
Earn \$6,000 one time when you hit Icon 9 for the first time.
 Earn \$12,000 one time when you hit Icon 15 for the first time.
 Earn \$25,000 one time when you hit Icon 25 for the first time.
 Earn \$50,000 one time when you hit Icon 50 for the first time.
 Earn \$75,000 one time when you hit Mogul 75 for the first time.
 Earn \$100,000 one time when you hit Mogul 100 for the first time.

Źródło: Rewards Plan, <https://cloudspark.directscale.com/eaconomy/resources/20e39d69-5cc4-46d3-bf6d-c034383eb23b/2.pdf> [dostęp: 7.03.2025].

Propagowanie Eaconomy

- [24] Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że działania związane z propagowaniem Eaconomy były prowadzone na całym świecie. Jak już wskazano wyżej właścicielem marki a jednocześnie prezesem zarządu spółki (and. *Chief Executive Officer, CEO*) był Hassan Mahmoud. Propagowanie Platformy prowadził on m.in. za pośrednictwem swojego konta na Instagramie pod adresem @hassansmahmoud. Niezależnie od tego zachęty do przystępowania do projektu obecne były także na oficjalnym koncie Platformy @economy:

Grafika nr 6. Zrzut ekranu profilu @hassansmahmoud:



Źródło: profil Hassana Mahmouda na Instagramie [dostęp: 7.11.2023 r.]

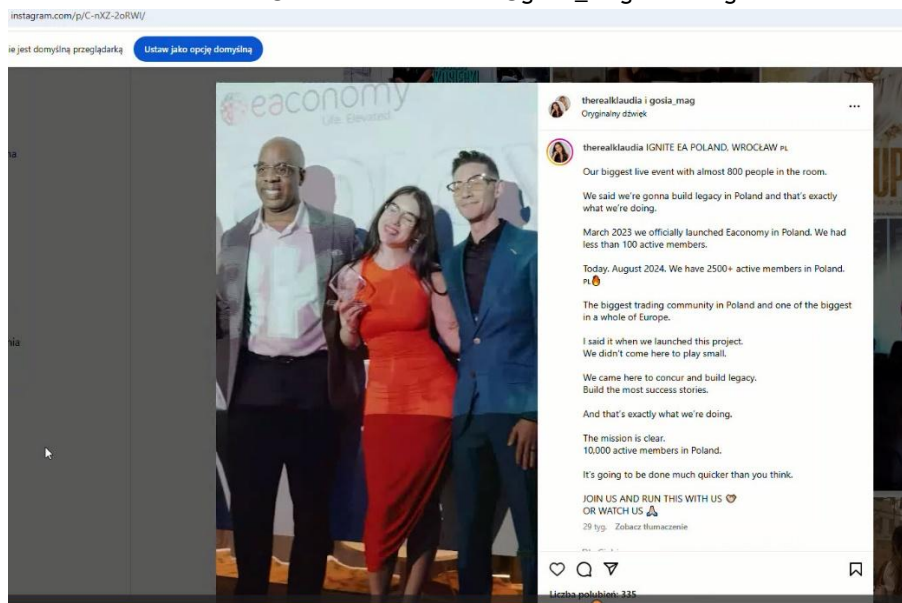
Grafika nr 7. Zrzut ekranu:



Źródło: profil Platformy Eaconomy na Instagramie [dostęp: 11.03.2025 r.]

- [25] Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że Hassan Mahmoud wspierał aktywnie działania związane z propagowaniem Eaconomy podejmowane w Polsce m.in. przez nieformalną grupę o nazwie 1 Vision Polska. Był m.in. uczestnikiem wydarzenia zorganizowanego przez ww. grupę we Wrocławiu w lipcu 2024 r. Pojawiał się również na wydarzeniach organizowanych w innych częściach świata. Zawsze towarzyszyło tym wydarzeniom wręczanie nagród za osiągnięcie kolejnej rangi uczestnikom Platformy Eaconomy.

Grafika nr 8. Zrzut ekranu z konta @therealklaudia oraz @gosia_mag na Instagramie



Źródło: profile współzałożycielek grupy 1 Vision Polska Klaudii [xxxxx] oraz Małgorzaty [xxxxxx] na Instagramie [dostęp: 11.03.2025 r.]

Grafika nr 9. Zrzut ekranu z konta @eaconomy na Instagramie - dotyczący wydarzenia w Meksyku



Źródło: Instagram [dostęp: 11.03.2025 r.]

Propagowanie Eaconomy - Grupa 1 Vision Polska

- [26] Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że działania związane z propagowaniem Eaconomy prowadziła w Polsce nieformalna grupa o nazwie 1 Vision Polska, w skład której wchodziły m.in. Klaudia [xxxxxxxxx] (posiadająca w strukturze projektu rangę „Icon 50”), Małgorzata [xxxxxxx] („Icon 9”), Zuzanna [xxxxxxxxx] („Prodigy 5k”), Daria [xxxxxxxxx] („Prodigy 5k”) i wiele innych osób, które zajmowały wysokie rangi w organizowanej przez Eaconomy strukturze dystrybucyjnej. Małgorzata [xxxxxxx] uzyskaną rangę potwierdziła w odpowiedzi udzielonej dnia 4 listopada 2024r. na wystąpienie Prezesa Urzędu w toku Postępowania Wyjaśniającego. W przypadku pozostałych wymienionych osób ustalenia poczyniono w oparciu o materiały publikowane przez nie w serwisach społecznościowych, przede wszystkim na Instagramie.

Grafika nr 10. Zrzut ekranu z konta @scarlett_kovval na Instagramie należącego do Zuzanny Kowalczuk



Źródło: Instagram [dostęp: 06.03.2025]

- [27] Członkowie należący do 1 Vision Polska w materiałach publikowanych m.in. w mediach społecznościowych kładli nacisk na edukację, ale w dziedzinie networkingu (marketingu), a nie podnoszenia wiedzy finansowej.

Grafika nr 11. Zrzut ekranu ze stories z konta @gosia_mag na Instagramie należącego do Małgorzaty [xxxxxxx]



Źródło: Instagram [dostęp: 19.09.2024r.]

Grafika nr 12. Post z konta @daryawierzbicka na Instagramie należącym do Darii xxxxxxxxxxxxxx.



Źródło: Instagram [dostęp: 18.09.2024]

[illegible]

[28] Prezes Urzędu odnotowuje jednocześnie, że w ogólnodostępnych źródłach znajduje się szereg informacji o jakości usług edukacyjnych oferowanych przez Eaconomy oraz nastawieniu Spółki przede wszystkim na działalność marketingową w celu pozyskiwania nowych członków do struktury sprzedażowej. Przykładowo opinię wyrażoną na koncie @[xxxxxxxxxxx] na Instagramie w rolce z dnia 21 lutego 2024 r. stanowiący załącznik do protokołu z dnia 23.05.2025.

Dowód: film 2025-03-11_09-22-19, Karta ...;

Grafika nr 13. Zrzut ekranu z rolki opublikowanej na koncie @[xxxxxxxxxxxxxxx] na Instagramie

[XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX]

Źródło: Instagram [dostęp 11.03.2025]

- [29] Nie jest to odosobniona opinia, gdyż znajduje potwierdzenie w treści spójnych i jednoznacznych skarg i wiadomościach dotyczących Eaconomy oraz osób promujących Platformę, a które to dane były przekazywane do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Dowód: Zanonimizowana wiadomość e-mail z dnia 19.11.2024, Zanonimizowana wiadomość e-mail z dnia 29.10.2024, Karty 32-33;

- [30] W tym miejscu należy również wskazać, że działania Eaconomy były w przeszłości obiektem zainteresowania zagranicznych organów nadzoru sektorowego lub ochrony konsumentów, w tym:

- 1) brytyjskiego Financial Conduct Authority (FCA),
- 2) norweskiego Finanstilsynet,
- 3) norweskiego Forbrukertilsynet, który w opublikowanym komunikacie wprost wskazał, że system budowany przez Eaconomy wykazuje wiele podobieństw do nielegalnych systemów typu piramida (ang. *pyramid scheme*),
- 4) nowozelandzkiego Financial Markets Authority (FMA),
- 5) właściwej instytucji nadzoru nad rynkami finansowymi kanadyjskiej prowincji Quebec Autorité des marchés financiers (AMF),
- 6) Narodowego Banku Czeskiego, który w opublikowanym komunikacie wprost wskazał, że model biznesowy projektu inwestycyjnego Eaconomy wykazuje cechy „piramidy finansowej”,
- 7) Narodowego Banku Słowacji.

Dowód: Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.fca.org.uk/>, Karta 16;

Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.finanstilsynet.no/>, Karta 17;

Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.forbrukertilsynet.no/>, Karta 18;

Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.fma.govt.nz/>, Karta 19;

Wydruk komunikatu ze strony: <https://lautorite.qc.ca/>, Karta 20;

Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.cnb.cz/>, Karta 21;

Wydruk Komunikatu ze strony: <https://nbs.sk/>, Karta 22;

W toku Postępowania Wyjaśniającego ustalono również, że Eaconomy jest „rebrandingiem” innego przedsięwzięcia Hassana Mahmouda, o nazwie Silver Star Live. Po uznaniu przez działający w Stanach Zjednoczonych organ właściwy w zakresie regulacji rynku kontraktów futures: *Commodity Futures Trading Commission* (CFTC), że Silver Star FX, LLC d/b/a Silver Star Live (SSL) z Nowego Meksyku i Silver Star Live Software LLC (SSLS) z Florydy oraz osoby zarządzające w tych podmiotach: Candace Ross-Mahmoud i Hassan Mahmoud z Kalifornii działali jako niezarejestrowani doradcy ds. handlu towarami, a Candace Ross-Mahmoud i Hassan Mahmoud działali jako niezarejestrowane osoby powiązane zarówno z SSL, jak i SSLS i nałożeniu na nich kary w wysokości 75.000 USD, spółka Silver Star Line upadła. Wówczas w 2019 r. powołano do życia podmiot o nazwie Eaconomy z adresem w Kalifornii, naśladujący w istocie model biznesowy Silver Star Live. Jednak w 2020 r. spółka po raz kolejny upadła. W tym samym roku ponownie ją reaktywowano pod nazwą Eaconomy LLC - tym razem rejestrując w stanie Nevada. Hassan Mahmoud rejestrował również Eaconomy pod różnymi nazwami na wyspach brytyjskich, jako: EACONOMY LIMITED (zamknięta 22 września 2022r.), EACONOMY UK LTD (zamknięta 23 czerwca 2024r.) oraz EACONOMY (N.I.) LIMITED (zamknięta 27 czerwca 2021r.).

Dowód: Wydruk ze strony <https://www.gov.uk/>, Karty 26-31;

Dowód: Wydruk komunikatu ze strony: <https://www.cftc.gov/>, Karta 25;

- [29] Dodatkowe informacje dotyczące działalności platformy Eaconomy zostały przekazane w toku prowadzonego przez Prezesa Urzędu Postępowania Właściwego przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego pismem z dnia 27 czerwca 2025 r., zawierającym ustalenia zagranicznych organów nadzoru finansowego.

Z informacji przekazanych przez słowacki organ nadzoru wynika, iż zaobserwowano wzmożoną aktywność marketingową związaną z platformą Eaconomy oraz napływ licznych skarg konsumenckich. Eaconomy została przez władze Słowacji zakwalifikowana jako platforma marketingu wielopoziomowego (ang. *multi-level marketing*, MLM) oferująca płatne programy edukacyjne dotyczące handlu na rynkach finansowych, w tym narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, takie jak Eminus I oraz Manara, służące do generowania sygnałów transakcyjnych oraz kopiowania transakcji CFD (ang. *Contracts For Difference*, CFD). W związku z powyższym słowacki organ wydał publiczne ostrzeżenie, wskazując na potencjalne ryzyko nielegalnego świadczenia usług inwestycyjnych oraz promowanie tego rodzaju działalności za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Dowód: Pismo Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 27 czerwca 2025 r., Karty 64-84;

- [30] W Czechach, po otrzymaniu anonimowego zgłoszenia dotyczącego oferowania tzw. „projektu Eaconomy” związanego z handlem kontraktami na różnice kursowe, tamtejszy organ nadzoru opublikował ostrzeżenie publiczne na swojej stronie internetowej.

Dowód: Pismo Česká národní banka z dnia 5 marca 2025 r., Karta 66;

- [31] Norweski organ właściwy w zakresie nadzoru finansowego, we współpracy z Norweskim Urzędem ds. Konsumentów⁶, stwierdził, że podmioty Eaconomy i 1Vision nie posiadają wymaganych zezwoleń do świadczenia usług inwestycyjnych na rynku norweskim. Wskazano również, że działalność tych podmiotów nosi cechy nielegalnych „piramid finansowych”. Ostrzeżenie oparto m.in. na treściach zamieszczanych przez influencerów na platformach TikTok i YouTube.

Dowód: Wydruk komunikatu ze strony internetowej <https://www.forbrukertilsynet.no>, Karta 17;

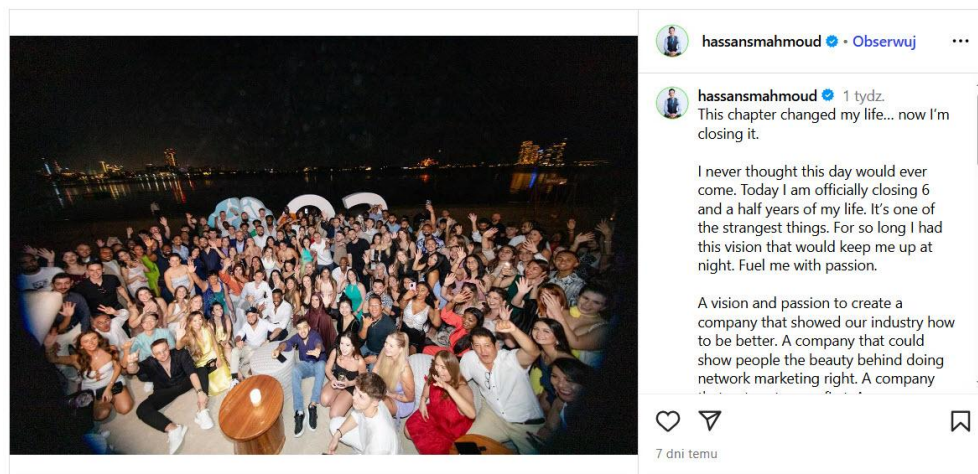
- [32] W kanadyjskiej prowincji Quebec właściwy organ nadzoru prowadził trzy postępowania dotyczące działalności Eaconomy w okresie od grudnia 2022 r. do kwietnia 2024 r., zainicjowane na podstawie skarg konsumenckich. Postępowania zakończono z powodu braku dowodów potwierdzających nielegalność działalności. Jednocześnie, w późniejszych zgłoszeniach, wskazano na istnienie cech charakterystycznych dla systemu MLM oferującego szybkie i wysokie zyski.

Dowód: Pismo Autorité des marchés financiers z dnia 12 marca 2025 r., Karta 65;

Zaniechanie praktyki

- [31] W toku Postępowania Właściwego ustalono, że dnia 15 lipca 2025 r. Hassan Mahmoud - CEO Eaconomy LLC - oficjalnie ogłosił na swoim koncie w mediach społecznościowych (platformie Instagram), że zamyka projekt Eaconomy.

Grafika nr 14. Zrzut ekranu

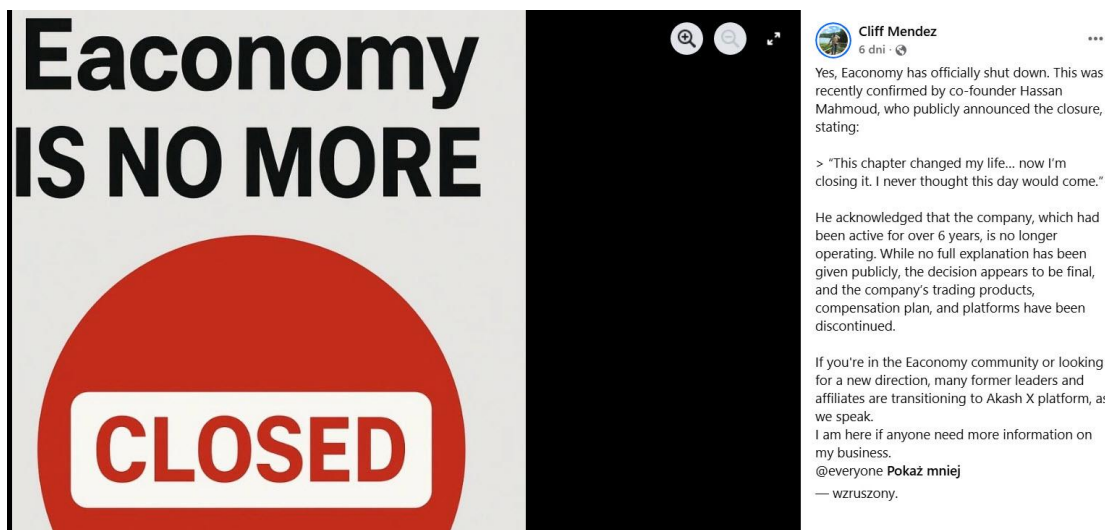


Źródło: konto @hassansmahmoud na Instagramie [dostęp: 22 lipca 2025 r.]

- [32] Również osoby związane z projektem poinformowały m.in. na platformie Facebook o zamknięciu projektu Eaconomy:

Grafika nr 15. zrzut ekranu

⁶ Odpowiednio Finanstilsynet i Forbrukertilsynet.

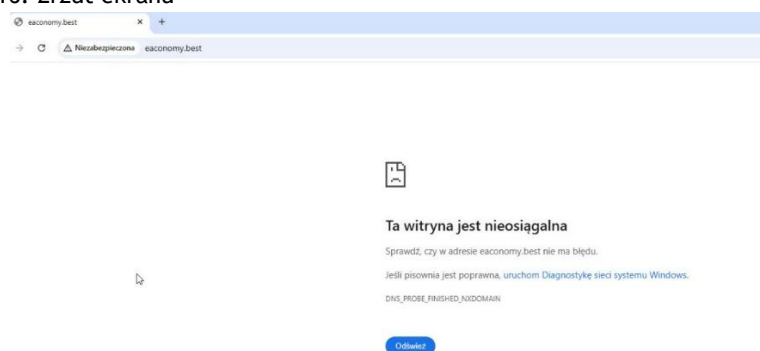


Źródło: Facebook profil Cliff Mendez [dostęp: 22 lipca 2025 r.]

- [33] Nadto, strona internetowa <https://eaconomy.best> jest obecnie niedostępna (patrz: grafika nr 16), mimo iż zgodnie z informacją dostępną na stronie internetowej <https://who.is>, jej data ważności upływa 2 października 2026 r. Natomiast przy próbie uzyskania dostępu do strony internetowej pod adresem <https://eaconomy.io>, przeglądarka internetowa (Google Chrome) wyświetla komunikat o braku prywatności połączenia, informując o błędzie certyfikatu SSL: ERR_CERT_COMMON_NAME_INVALID. Treść komunikatu wskazuje, że „połączenie nie jest prywatne”, co może oznaczać, że certyfikat zabezpieczający witrynę jest nieprawidłowy, nieaktualny lub wystawiony na inną domenę niż docelowa (patrz. grafika nr 17). W konsekwencji dostęp do strony jest blokowany ze względów bezpieczeństwa. Zgodnie z informacją dostępną na stronie internetowej <https://who.is> jej data ważności upływa 23 marca 2026 r.

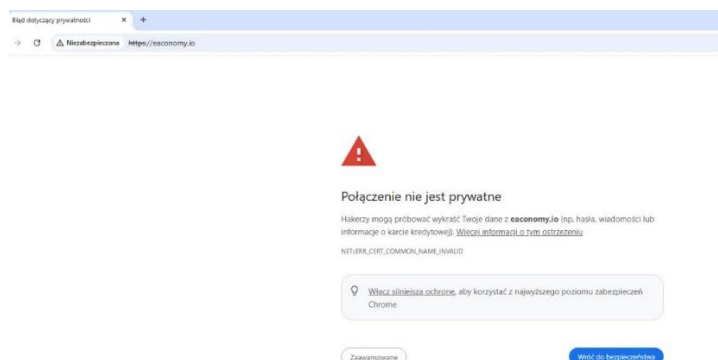
Dowód: Wydruk ze strony internetowej who.is z dnia 24 lipca 2025 r., Karty 86-88;

Grafika nr 16. Zrzut ekranu



Źródło: strona internetowa eaconomy.best [dostęp: 24 lipca 2025 r.]

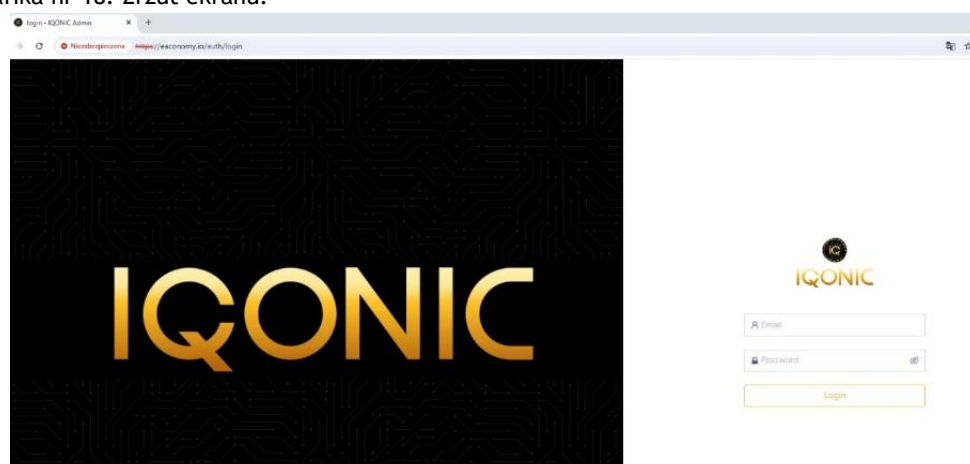
Grafika nr 17. Zrzut ekranu



Źródło: strona internetowa eaconomy.io [dostęp: 24 lipca 2025 r.]

- [34] Pomimo pojawienia się ostrzeżenia przeglądarki o niezaufanym połączeniu, możliwe jest obejście tego komunikatu i uzyskanie dostępu do strony eaconomy.io. Pojawia się wówczas strona logowania pod adresem <https://eaconomy.io/auth/login>. Po wejściu na stronę wyświetlany jest interfejs oznaczony nazwą *IQONIC*, co może wskazywać na zmianę identyfikacji wizualnej lub rebranding serwisu. Strona w dalszym ciągu oznaczona jest jako niezabezpieczona.

Grafika nr 18. Zrzut ekranu.



Źródło: strona internetowa eaconomy.io [dostęp: 24 lipca 2025 r.]

W świetle powyższych ustaleń, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje, iż działalność Eaconomy została zaniechana z dniem 15 lipca 2025 r.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Ad pkt I sentencji decyzji - ocena prawna zarzucanej praktyki

Naruszenie interesu publicznego

- [33] Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714, dalej także: „uokk”), ochrona interesów

konsumentów jest realizowana w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ma charakter publicznoprawny i służy zapewnieniu prawidłowego funkcjonowania rynku, w tym eliminowaniu praktyk godzących w zbiorowe interesy konsumentów.

- [34] W niniejszej sprawie interes publiczny ulegał naruszeniu w związku z działaniami Eaconomy LLC polegającymi na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu programu o cechach systemu promocyjnego typu piramida, w którym możliwość uzyskania korzyści materialnych uzależniona była w głównej mierze od pozyskiwania nowych uczestników systemu, a nie od sprzedaży rzeczywistych usług lub produktów. Tego rodzaju model funkcjonowania powodował ryzyko systemowego wprowadzania konsumentów w błąd co do charakteru oferowanej możliwości zarobkowania, rzeczywistego celu uczestnictwa w systemie oraz związanych z nim kosztów i zobowiązań.
- [35] Działania te godziły w interes ogólnospołeczny, ponieważ dotyczyły szerokiego kręgu konsumentów - zarówno tych, którzy już przystąpili do programu, jak i tych, którzy mogli zostać do niego zrekrutowani w przyszłości. Założony i prowadzony przez Spółkę system promocyjny typu piramida, oparty na strukturze afiliacyjnej, zakładającej obowiązkowe świadczenia finansowe ze strony konsumentów w zamian za możliwość uczestnictwa i rekrutowania kolejnych członków, prowadzi do zaburzenia funkcjonowania rynku, wypaczając mechanizmy konkurencji i ograniczając racjonalność decyzji konsumenckich.
- [36] W ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Przedsiębiorcy, którego skutkiem było stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej w postaci założenia, prowadzenia oraz promowania systemu typu piramida, wyczerpuje przesłanki naruszenia interesu publicznego i uzasadnia ingerencję organu na podstawie uokk.

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

- [37] Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z ust. 2 powyższego przepisu, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się bezprawne działanie przedsiębiorcy, sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, które godzi w te interesy.
- [38] W niniejszej sprawie, przedsiębiorca - Eaconomy LLC z siedzibą w Las Vegas, Nevada (Stany Zjednoczone) - dopuścił się stosowania praktyki polegającej na założeniu, prowadzeniu i promowaniu programu partnerskiego umożliwiającego konsumentom - użytkownikom Platformy Eaconomy - budowanie struktury dystrybucyjnej w zamian za możliwość uzyskiwania korzyści materialnych, których wypłata uzależniona była w głównej mierze od pozyskiwania kolejnych uczestników systemu. Działanie to spełnia definicję systemu promocyjnego typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845).
- [39] W związku z powyższym uznać należy, że zachowanie przedsiębiorcy:
- 1) zostało podjęte przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

- 2) było sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, gdyż stanowiło zabronioną w każdych okolicznościach nieuczciwą praktykę rynkową polegającą na założeniu, prowadzeniu oraz propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida,
 - 3) godziło w zbiorowe interesy konsumentów, ponieważ narażało ich na straty finansowe, wprowadzając w błąd co do rzeczywistych możliwości uzyskania korzyści z uczestnictwa w systemie, który oparty był przede wszystkim na rekrutowaniu kolejnych osób.
- [40] Zgodnie z art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez zbiorowy interes konsumentów nie należy rozumieć sumy interesów indywidualnych. Praktyka Eaconomy LLC oddziaływała jednak na ogół konsumentów - obecnych i potencjalnych uczestników programu - w sposób systemowy i powtarzalny, co przesądza o jej zbiorowym charakterze.
- [41] W konsekwencji uznać należy, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

1) Status przedsiębiorcy

- [42] Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o „przedsiębiorcy”, należy przez to rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2025 r. poz. 1480 ze zm.; dalej także: „Prawo przedsiębiorców”). Zgodnie z art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą, rozumianą jako zorganizowana działalność zarobkowa wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (art. 3 tej ustawy). Do ww. definicji odwołuje się ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o zasadach uczestnictwa przedsiębiorców zagranicznych i innych osób zagranicznych w obrocie gospodarczym na terytorium Rzeczypospolitej (Dz.U. z 2025 r. poz. 89 ze zm.), która m.in. reguluje wykonywanie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej działalności gospodarczej przez osoby zagraniczne (tu: z siedzibą w Las Vegas w stanie Newada, w Stanach Zjednoczonych Ameryki).
- [43] Eaconomy LLC jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością (ang. *limited liability company*) zarejestrowaną w stanie Newada (Stany Zjednoczone Ameryki), numer identyfikacyjny w rejestrze prowadzonym przez Sekretarza Stanu Newada (ang. *Nevada Secretary of State*) to: NV20201853120, posiadającą osobowość prawną na podstawie przepisów obowiązujących w tym stanie. Zgodnie z informacjami ujawnionymi w publicznych rejestrach handlowych oraz materiałach informacyjnych samego ww. przedsiębiorcy, data utworzenia Spółki to 29 lipca 2020 r.
- Dowód: wydruk ze strony <https://esos.nv.gov/EntitySearch/BusinessFilingHistoryOnline>, karta 85;
- [44] Spółka prowadziła działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu odpłatnych usług online w formie subskrypcyjnego dostępu do narzędzi edukacyjnych oraz algorytmicznych rozwiązań wspierających decyzje inwestycyjne, za pośrednictwem platformy cyfrowej dostępnej pod adresami <https://economy.io> oraz

<https://economy.best>. Jednocześnie Spółka oferowała uczestnictwo w Programie Partnerskim, w ramach którego zarejestrowani użytkownicy mogli uzyskiwać prowizje za wprowadzanie kolejnych uczestników do systemu oraz propagowała świadczone usługi.

[45] Działalność ta miała charakter:

- zorganizowany - prowadzona była za pośrednictwem infrastruktury cyfrowej, materiałów promocyjnych oraz wielopoziomowej struktury dystrybucyjnej;
- ciągły - Platforma oraz Program Partnerski funkcjonowały w sposób trwały i oparty na powtarzalnych mechanizmach;
- zarobkowy - Economy LLC otrzymywała od konsumentów płatności w zamian za dostęp do Platformy i Programu Partnerskiego.

[46] Działalność prowadzona przez Economy LLC była kierowana także do konsumentów na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Potwierdzają to treści materiałów reklamowych, wypowiedzi promotorów programu w języku polskim, jak również zgłoszenia i skargi składane przez polskich konsumentów oraz płatności realizowane przez nich na rzecz Spółki.

[47] Powyższe ustalenia wskazują, że Economy LLC spełnia definicję przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokk w zw. z art. 3 i 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców. Tym samym, działania podejmowane przez ww. podmiot w ramach prowadzonej działalności podlegają ocenie z punktu widzenia zgodności z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym, w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ust. 1 tej ustawy. Zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy ustawy mają zastosowanie w przypadku stosowania przez przedsiębiorców praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli ta praktyka wywołuje lub może wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. W przedmiotowej sprawie należy tym samym wskazać, że Spółka wykonuje we własnym imieniu działalność gospodarczą, zaś jej praktyki wywoływały skutki również na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

2) Sprzeczność zachowania Spółki z prawem, lub dobrymi obyczajami

[48] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z dobrych obyczajów.

[49] W rozpatrywanej sprawie, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest ocena, czy w ustalonym stanie faktycznym Spółka dopuściła się naruszenia przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

W przypadku Eaconomy LLC bezprawność działania wynika wprost z naruszenia przez Spółkę zakazu określonego w art. 7 pkt 14 ww. ustawy, który przewiduje zakaz prowadzenia, propagowania lub tworzenia systemów promocyjnych typu piramida. Ponadto, zachowanie Spółki naruszało art. 24 ust. 2 pkt 3 uokk, zakazujące stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. W świetle powyższego należy uznać za sprzeczne z obowiązującym porządkiem prawnym w każdych okolicznościach działania Eaconomy LLC, polegające na oferowaniu programu partnerskiego umożliwiającego zarejestrowanemu użytkownikowi Platformy budowanie struktury dystrybucyjnej w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji na warunkach określonych w: Umowie użytkownika (ang. *User Agreement*), Zasadach i Warunkach (ang. *Terms and Conditions*) oraz Poradniku Planu Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan Handbook*), które to korzyści są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów).

Zakładanie, organizowanie i propagowanie systemu promocyjnego typu piramida

- [50] Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845; dalej także: „upnpr”) *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.*
- [51] Przepis art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że *za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1.*
- [52] Należy wskazać, że art. 7 upnpr zawiera katalog praktyk rynkowych wprowadzających w błąd, uznawanych za nieuczciwe w każdych okolicznościach. Zgodnie z art. 7 pkt 14 tej ustawy za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się m. in. zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.
- [53] Jak wskazuje się w literaturze przedmiotu: *w przypadku sprzedaży promocyjnej typu „piramida” konsument najczęściej nie jest zainteresowany samym produktem, który może być dla niego wręcz nieprzydatny, lecz możliwością zarobienia w zamian za wprowadzenie kolejnych osób do systemu.*⁷ W rezultacie sprzedaż czy konsumpcja towarów i usług nie ma dla konsumenta większego znaczenia, gdyż najistotniejszym czynnikiem uzyskania oczekiwanego wynagrodzenia jest wprowadzenie nowych osób do systemu.
- [54] Prezes Urzędu wskazuje dodatkowo, że w literaturze pojawiło się wiele zróżnicowanych definicji pojęcia „piramida finansowa”. Według M. Pachuckiego

⁷ Namysłowska M., *Czarna lista nieuczciwych praktyk handlowych a granice prawa zwalczania nieuczciwej konkurencji w Unii Europejskiej.*, LEX 2014.

piramida finansowa to struktura, w której zysk uczestnika jest uzależniony od późniejszych wpłat innych osób, będących niżej w strukturze piramidy⁸. Podobną definicję „piramidy finansowej” prezentuje amerykańska Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (*U.S. Securities and Exchange Commission*, dalej także: „SEC”), zgodnie z którą jest to oszustwo inwestycyjne, które zakłada wypłatę rzekomych zysków istniejącym inwestorom z funduszy wniesionych przez nowych inwestorów. SEC wskazuje przy tym, że inicjatorzy przedsięwzięcia, bazując na schemacie Ponziego (czyli najbardziej klasycznym przykładzie piramidy, przyp. Prezesa UOKiK), skupiają się głównie na zwerbowaniu nowych uczestników tak, aby dotychczasowi uczestnicy byli zadowoleni z inwestycji⁹.

[55] Zdaniem Prezesa Urzędu, zważywszy na dowody zgromadzone w toku Postępowania Wyjaśniającego i Postępowania Właściwego, działania Spółki związane z organizowaniem programu partnerskiego wskazują na założenie, prowadzenie i propagowanie systemu promocyjnego typu piramida. W ocenie Prezesa Urzędu, Eaconomy nastawiona była przede wszystkim na działalność marketingową i pozyskiwanie nowych Członków, zaś działalność edukacyjna była wyłącznie działalnością uboczną, która miała na celu stworzenie pozoru legalności projektu i swoistego zamaskowania faktycznego celu prowadzonej działalności. Zastrzeżenia wobec jakości materiałów edukacyjnych formułowane przez konsumentów w treściach publicznie dostępnych serwisów społecznościowych i brak konkretnej reakcji na tego rodzaju informacje, zastrzeżenia stawiane wobec działalności Spółki przez organy właściwe w zakresie nadzoru sektorowego lub ochrony konsumentów m.in. w Zjednoczonym Królestwie Wielkiej Brytanii, Królestwie Norwegii, Republice Czeskiej oraz Republice Słowackiej, ale także niespodziewane zakończenie jej działalności (możliwe, że w związku z kolejnym w jej działalności rebrandingiem) potwierdza iluzoryczny walor usług edukacyjnych, podczas gdy podstawowym, przynoszącym jego organizatorom realne korzyści ekonomiczne, elementem projektu był Program Partnerski. W ocenie Prezesa Urzędu Spółka oraz osoby ją promujące nastawione były przede wszystkim na prowadzenie działalności marketingowej - pozyskiwanie i utrzymywanie Członków oraz budowanie wielopoziomowej struktury złożonej z Członków, Partnerów i ISP.

[56] Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w przywołanym wyżej przepisie art. 7 pkt 14 upnpr, koniecznym jest spełnienie łącznie następujących przesłanek tj.:

a) **Przedsiębiorca musi założyć, prowadzić lub propagować określony system promocyjny:**

Nie ulega wątpliwości, że Spółka założyła oraz prowadziła Platformę. W celu promowania działalności Eaconomy oraz nabywania pakietów umożliwiających dostęp do Platformy zorganizowany został przez Spółkę Program Partnerski. Wraz z zakupem określonego pakietu nabywca (w tym konsument) otrzymywał link referencyjny, za pośrednictwem którego każdy z Członków mógł zapraszać kolejne osoby do systemu. Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu, jedyną metodą dołączenia do Platformy była

⁸ M. Pachucki, *Piramidy i inne oszustwa na rynku finansowym. Poradnik klienta usług finansowych*, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2012, s. 6 i nast.

⁹ P. Masiukiewicz, *Piramidy Finansowe. Teoria, Regulacje, Praktyka*, PWN, Warszawa 2015, s. 14.

rejestracja za pośrednictwem linku referencyjnego. Tego rodzaju działanie prowadziło do tego, że nowy Członek automatycznie był przypisywany do struktury konkretnego Niezależnego Partnera Oprogramowania, któremu zależało na czerpaniu korzyści majątkowych określonych w Planie Nagród.

Spółka promowała Platformę oraz organizowany przez nią program partnerski w sieci Internet oraz podczas organizowanych przez nią wydarzeń w różnych częściach świata. W trakcie wydarzeń w sposób szczególny nagradzała i wyróżniała osoby, które uzyskiwały wysokie rangi, zgodnie z Planem Nagród.

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

Na wstępie należy rozstrzygnąć, czy osoby, do których Spółka kierowała ofertę udziału w opracowanym modelu zarobkowym mogą posiadać przymiot konsumenta. Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że korzyści z Planu Nagród mógł czerpać każdy (w tym także konsument), kto po zakupie jednego z pakietów edukacyjnych oraz zestawu afiliacyjnego skorzystał z otrzymanego linku referencyjnego celem polecenia Platformy kolejnym osobom, które następnie dołączały do struktury dystrybucyjnej.

Warunkiem uczestnictwa w tzw. Planie Nagród było posiadanie statusu aktywnego użytkownika, przez co należy rozumieć osobę, która uiściła opłatę za subskrypcję jednego z płatnych pakietów - „Elite” lub „Elite Pro” - oraz nabyła zestaw marketingu afiliacyjnego. W konsekwencji, konsument zobowiązany był do dokonania świadczenia pieniężnego w wysokości od 99 USD do 249 USD tytułem uczestnictwa w odpłatnych pakietach edukacyjnych.

Świadczeniem umożliwiającym uzyskanie korzyści materialnych w postaci prowizji określonych w Planie Nagród była jednorazowa opłata za wybrany pakiet, opłata za comiesięczną subskrypcję oraz wykonanie opłaty aktywacyjnej i subskrypcji jako Partner.

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

Istotą omawianej praktyki rynkowej było utworzenie struktury dystrybucyjnej i propozycja zachęcania innych osób do udziału w tym systemie, której to propozycji towarzyszyła obietnica korzyści w zamian za pozyskanie kolejnego uczestnika. Takie cechy posiadał omawiany program partnerski. Wynagrodzenie i prowizje były uzależnione od wpłat z tytułu zakupu pakietów edukacyjnych uiszczanych przez kolejne osoby przystępujące do struktury dystrybucyjnej, jak również opłacania przez użytkowników subskrypcji.

[57] Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, korzyści gwarantowane przez Przedsiębiorcę były uzależnione przede wszystkim od wprowadzania nowych osób do struktury, a nie od sprzedaży, czy konsumpcji produktów. Działanie Spółki polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu programu partnerskiego spełnia tym samym

kryteria pozwalające na uznanie, że był to system promocyjny typu piramida, co stanowi zabronioną w każdych okolicznościach praktykę naruszającą przepisy upnpr.

3) Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

- [58] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje „zbiorowego interesu konsumentów”, ograniczając się jedynie do sprecyzowania (w art. 24 ust. 3 uokk), że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Przez godzenie w zbiorowe interesy konsumentów (które może polegać zarówno na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów, jak i na samym zagrożeniu ich naruszenia) należy rozumieć narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę obejmującą zarówno działania, jak i zaniechania.
- [59] W oparciu o wykładnię przepisu art. 24 ust. 2 i 3 uokk, zbiorowy interes konsumentów rozumiany jest jako interes dotyczący ogółu (zbiorowości), zaś jego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Z tego względu zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumentów nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.
- [60] W niniejszej sprawie działania Spółki polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu programu partnerskiego będącego zabronionym w każdych okolicznościach systemem promocyjnym typu piramida, skierowane były do nieoznaczonego z góry kręgu konsumentów - wszystkich zainteresowanych uzyskaniem wiedzy inwestycyjnej i generowaniem dochodów z rekrutacji nowych członków. W związku z tym działania Spółki nie były kierowane do zindywidualizowanej grupy odbiorców, lecz obejmowały szeroki segment społeczeństwa poszukującego alternatywnych źródeł dochodu. Działania Spółki nie dotyczyły zatem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna. W efekcie działań Spółki naruszone zostały interesy ekonomiczne konsumentów, którzy zakupili pakiety edukacyjne, zwabieni obietnicą uzyskania dodatkowych korzyści, które to korzyści miały wynikać przede wszystkim z tradingu/obrotu kryptoaktywami, a nie działalności marketingowej. Ponadto, w efekcie działań Spółki naruszone zostało prawo konsumentów do pełnej i rzetelnej informacji, co także mogło wpłynąć na decyzję konsumenta o zakupie pakietów edukacyjnych dostępnych na Platformie, co narusza jego pozaekonomiczne interesy. Gdyby konsument wiedział, że wymierne korzyści finansowe można osiągnąć wyłącznie poprzez działalność marketingową - działając jako Partner, zaś dostarczone na Platformie informacje w zakresie Forex czy kryptoaktywów miały jedynie charakter podstawowy, nie zdecydowałby się na zakup oferowanych usług.. Mając na względzie

przytoczone wyżej uzasadnienie zarzutu stawianego Spółce, należy stwierdzić, że działania Spółki stanowiły naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

- [61] W orzecznictwie TSUE podkreślono, że naruszenie zbiorowego interesu konsumentów może zachodzić także w przypadku zagrożenia interesu prawnego tej grupy (wyrok z dnia 16 kwietnia 2015 r. w sprawie C-388/13, UPC Magyarország Kft.). Oznacza to, że rzeczywiste wyrządzenie szkody konsumentowi nie jest konieczne, wystarczające jest bowiem stworzenie stanu zagrożenia jego interesu przez praktykę przedsiębiorcy.
- [62] W niniejszej sprawie - niezależnie od działania Spółki polegającego na stosowaniu praktyki zakazanej w każdych okolicznościach - Eaconomy LLC wprowadzała także przeciętnego konsumenta w błąd co do legalności, opłacalności i bezpieczeństwa ekonomicznego oferowanego Programu Partnerskiego. Tym samym praktyki te godziły zarówno w ekonomiczne, jak i pozaekonomiczne interesy konsumentów. Pozaekonomicznym skutkiem było ograniczenie prawa konsumentów do podejmowania decyzji gospodarczych w warunkach przejrzystych i zgodnych z przepisami prawa, natomiast skutki ekonomiczne wynikały z rzeczywistego ryzyka utraty środków zainwestowanych w uczestnictwo w systemie, którego struktura opierała się na nieodwracalnej nierównowadze finansowej i konieczności stałego pozyskiwania nowych uczestników a to w celu zabezpieczenia projektu przed zakończeniem bez uzyskania korzyści lub zwrotu wpłaconych środków.
- [63] Należy również podkreślić, że konstrukcja projektu promocyjnego typu piramida z istoty rzeczy prowadzi do sytuacji, w której znaczna część uczestników systemu ponosi straty ekonomiczne, co czyni takie praktyki szczególnie groźnymi dla zbiorowych interesów konsumentów. Jak wskazał TSUE w wyroku z dnia 3 kwietnia 2014 r. w sprawie C-515/12, 4Finance, obowiązkiem przedsiębiorcy jest zapewnienie pełnej przejrzystości i jasności warunków uczestnictwa w oferowanych systemach, a brak ich spełnienia skutkuje naruszeniem interesów konsumentów. W świetle powyższych rozważań, nie budzi wątpliwości, że działania Eaconomy LLC naruszały zbiorowe interesy konsumentów, zarówno w aspekcie prawnym, jak i faktycznym, prowadząc do zagrożenia lub rzeczywistego naruszenia ich interesów ekonomicznych i prawa do uczciwego traktowania przez profesjonalnego uczestnika rynku.

Rozstrzygnięcie zawarte w pkt I sentencji.

- [64] Zgodnie z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy, wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Natomiast w myśl treści art. 27 uokk w wypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania danej praktyki Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Ciężar udowodnienia okoliczności umożliwiających stwierdzenia zaniechania stosowania praktyki spoczywa jednak na przedsiębiorcy.
- [65] W toku przeprowadzonego Postępowania Właściwego Prezes Urzędu ustalił, że praktyka określona w punkcie I sentencji decyzji została zaniechana w dniu 15 lipca 2025 r. Od tego dnia tj. od ogłoszenia zamknięcia Platformy Eaconomy przez Hassana Mahmouda Eaconomy całkowicie zakończyła swoją działalność, w tym dystrybucję produktów w oparciu o Program Partnerski. Ponadto, Platforma przestała być aktywna

nie później niż 15 lipca 2025 r. a to w związku z trwałym zamknięciem dostępu do stron internetowych <https://economy.io> oraz <https://economy.best>.

- [66] Mając na uwadze wszystkie powyższe okoliczności faktyczne sprawy oraz poczynione rozważania prawne Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.

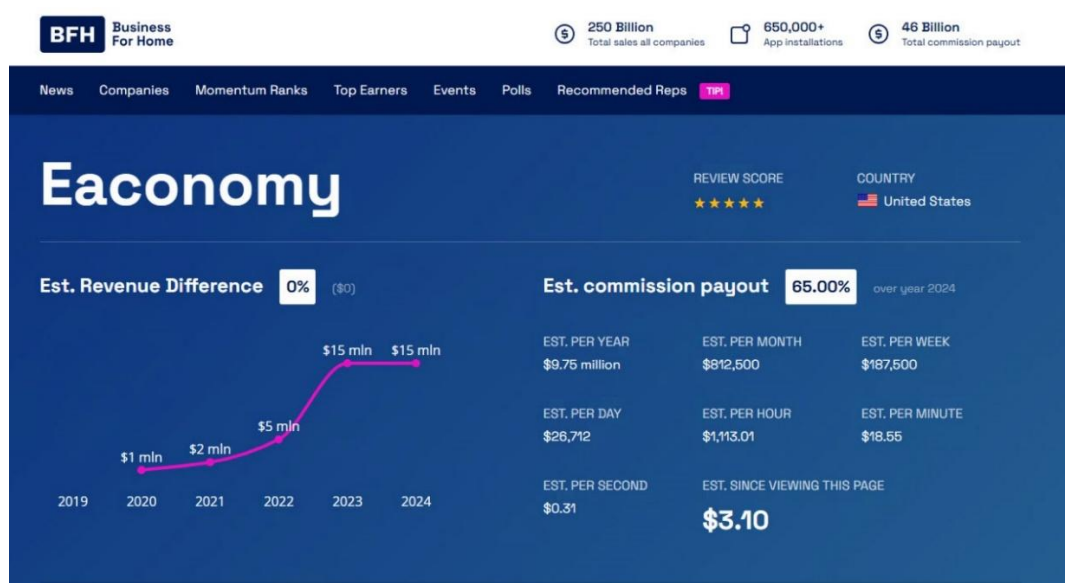
Ad pkt II sentencji decyzji - nałożenie kary pieniężnej

- [67] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokk, 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.
- [68] Art. 106 ust. 3 uokk, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje 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. Ponieważ Spółka sporządza rachunek zysków i strat na podstawie przepisów ustawy o rachunkowości, do obliczenia wysokości nakładanej na nią kary należy wziąć pod uwagę wszystkie składniki jej przychodu wykazane w rachunku zysków i strat.
- [69] W toku prowadzonych przez Prezesa Urzędu postępowań nie ustalono wiarygodnych danych finansowych Economy LLC. Pismem z dnia 29 sierpnia 2025 r. Prezes Urzędu wezwał Przedsiębiorcę do przekazania informacji o wysokości obrotu uzyskanego w latach 2022-2024. Spółka nie udzieliła jednak odpowiedzi.

Dowód: Pismo Prezesa Urzędu z dnia 29 sierpnia 2025 r., Karta 97-98.

- [70] W domenie publicznej Prezes Urzędu zidentyfikował jedynie szacunkowe dane branżowego portalu Business for Home wskazujące, iż przychody Economy w latach 2023-2024 wyniosły ok. 15 mln USD rocznie, a wypłaty prowizji stanowiły ok. 65% tej kwoty¹⁰.

Grafika nr 19. Zrzut ekranu



¹⁰ <https://www.businessforhome.org/companies/economy/> [dostęp: 01.08.2025 r.]

- [84] Dane te nie pochodzą jednak z dokumentów księgowych i nie mogą stanowić miarodajnej podstawy ustalenia obrotu w rozumieniu art. 106 ust. 3 uokk. Spółka nie publikuje publicznie dostępnych raportów finansowych, nie podlega obowiązkowi sprawozdawczemu w Polsce, a jej działalność ma charakter transgraniczny - usługi świadczone są online z terytorium USA na rzecz konsumentów w wielu państwach, w tym w Rzeczypospolitej Polskiej.
- [85] Wobec powyższego, zastosowanie będzie miał art. 106 ust. 8 uokk, który przewiduje że m.in. w przypadku gdy - tak jak w przedmiotowej sprawie - ze względu na brak dostępności danych finansowych nie można ustalić wysokości obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, Prezes Urzędu po uwzględnieniu przepisów ust. 5-7 może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości stanowiącej równowartość do 2.000.000 euro. Zgodnie z art. 5 uokk wysokość ta wynosi 8.453.400 zł, którą to obliczono uwzględniając, że - zgodnie z kursem średnim walut obcych ogłoszonym przez Narodowy Bank Polski w Tabeli nr 251/A/NBP/2025 z dnia 31 grudnia 2025 r. opublikowanym na stronie internetowej Narodowego Banku Polskiego¹¹ - wartość 1 euro wynosiła 4,2267 zł.
- [86] Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 uokk, 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. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne skorzystanie z przysługującego mu na mocy przepisów uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej na Spółkę za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, w szczególności charakter stosowanej praktyki rynkowej - będącej nieuczciwą w każdych okolicznościach - i jej negatywne skutki w sferze prawnych i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania tego środka represji. Stosowanie kwestionowanych działań miało miejsce w stosunku do licznych konsumentów - użytkowników i potencjalnych użytkowników Platformy prowadzonej na międzynarodowym rynku. Omawiana praktyka stosowana była wobec konsumentów jako słabszych uczestników obrotu, którzy z uwagi na brak rzetelnej i prawdziwej informacji mogli podjąć decyzje rynkowe, których nie podjęliby w przypadku posiadania pełnym obrazem przyjętego przez Spółkę modelu biznesowym oraz jakości oferowanych produktów.
- [87] Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 uokk warunkiem nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w tym przepisie jest **choćby nieumyślne** naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym przy nakładaniu kary pieniężnej Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślnie, czy nieumyślnie. Nieumyślność określa pułap minimalnego natężenia podmiotowych okoliczności naruszenia, które wymagane jest do nałożenia kary pieniężnej. Zatem kara pieniężna uregulowana w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokk może być nałożona wyłącznie w przypadku, gdy do naruszenia określonych w nim zakazów doszło albo w sposób umyślny albo nieumyślny.

¹¹ <https://nbp.pl/archiwum-kursow/tabela-nr-251-a-nbp-2025-z-dnia-2025-12-31/>

- [88] Prezes Urzędu wskazuje, że ocena zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego wskazuje na **umyślne naruszenie** przez Eaconomy LLC zakazu określonego w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z informacji uzyskanych w toku Postępowania Wyjaśniającego wynika, że podmioty powiązane z Hassanem Mahmoudem wielokrotnie prowadziły działalność w oparciu o analogiczny model biznesowy, który w USA spotkał się z reakcją regulatora. Po uznaniu przez CFTC, że Silver Star FX, LLC (SSL) oraz Silver Star Live Software LLC (SSLS), a także ich menedżerowie, działali jako niezarejestrowani doradcy ds. handlu towarami, i po nałożeniu na nich kary pieniężnej, działalność pod szyldem Silver Star Live została zakończona. Następnie w krótkim odstępie czasu utworzono kolejne podmioty - najpierw Eaconomy w 2019 r., następnie Eaconomy LLC w 2020 r. - odwzorowujące wcześniejszy model funkcjonowania, a dodatkowo rejestrowano ich odpowiedniki pod różnymi nazwami również w jurysdykcjach brytyjskich, które również ulegały szybkiemu zamknięciu. Ciągłość i powtarzalność tego sposobu działania wskazuje, że osoby odpowiedzialne za strukturę przedsięwzięcia miały pełną świadomość charakteru i skutków podejmowanych działań oraz zdecydowały się kontynuować i replikować ten sam model, mimo wcześniejszych zastrzeżeń ze strony regulatorów. Takie okoliczności jednoznacznie przemawiają za umyślnością naruszenia.
- [89] Ocena zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego wskazuje zatem w sposób jednoznaczny na umyślne naruszenie przez Eaconomy LLC zakazu określonego w art. 24 uokk, w wyniku stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej zabronionej w każdych okolicznościach, a więc założenie, prowadzenie oraz propagowanie projektu promocyjnego typu piramida, czego jednym z aspektów było kierowanie do konsumentów przekazów informacyjnych, między innymi za pośrednictwem platformy Eaconomy, wskazujących potencjalnym uczestnikom, że głównym źródłem i zarazem gwarancją osiągnięcia wysokich, szybkich i stabilnych zysków jest przede wszystkim stałe pozyskiwanie kolejnych członków struktury dystrybucyjnej, a nie korzystanie z oferowanych usług, co w konsekwencji wywołuje wśród konsumentów trudne do odwrócenia i negatywne skutki ekonomiczne.
- [90] Spełniona została zatem przesłanka warunkująca możliwość nałożenia na Spółkę kary pieniężnej, skoro nawet nieumyślne naruszenie ww. przepisu jest wystarczającą podstawą dla zastosowania sankcji, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokk.
- [91] Zgodnie z art. 111 ust. 1 uokk ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej Prezes Urzędu uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ponadto, stosownie do art. 111 ust. 1 pkt 1 uokk, w przypadku kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 uokk uwzględnia się 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.
- [92] Okolicznościami łagodzącymi, w przypadku naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 uokk, są w szczególności:
- a) dobrowolne usunięcie skutków naruszenia,
 - b) zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,

- c) podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków,
 - d) współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.
- [95] Okolicznościami obciążającymi zgodnie z art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są natomiast:
- a) znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków,
 - b) znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem,
 - c) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia,
 - d) umyślność naruszenia.
- [96] Ustalając wysokość kary Prezes Urzędu kierował się dorobkiem orzecznictwem (por. m.in. w wyroku TSUE ws. 4Finance - akapit [63] powyżej) i poglądami doktryny (patrz akapity [53] i [54]), które podkreślają szczególną szkodliwość systemów promocyjnych typu piramida. Trybunał Sprawiedliwości UE, interpretując pkt 14 załącznika I do dyrektywy 2005/29/WE (implementowany do polskiego porządku prawnego przez art. 7 pkt 14 upnpr), wskazał, że już samo ustanowienie lub promowanie takiego systemu jest bezwzględnie nieuczciwą praktyką, niezależnie od jej konkretnej formy. Prezes UOKiK konsekwentnie wpisuje się w tę linię, zwracając uwagę, iż obiecywanie zysków zależnych głównie od rekrutacji nowych członków niemal zawsze skutkuje stratami finansowymi po stronie konsumentów¹².
- [97] W świetle tych stanowisk charakter naruszenia popełnionego przez Eaconomy LLC i stopień szkodliwości ww. praktyki oceniono jako znaczny: Spółka nie tylko założyła i prowadziła, ale też propagowała system promocyjny typu piramida, przy czym czyniła to transgranicznie, za pośrednictwem platformy internetowej docierającej również do polskich konsumentów. Tak szeroki zasięg sprzyjał szybkiemu rozprzestrzenianiu się nieuczciwego modelu, co judykatura traktuje jako okoliczność obciążającą przy wymiarze sankcji¹³. Prezes Urzędu uwzględnił, że przypisana Spółce w pkt I sentencji decyzji praktyka, z uwagi na jej szkodliwość i negatywne skutki dla konsumentów, jest uznawana za nieuczciwą praktykę rynkową w każdych okolicznościach (art. 7 pkt 14 upnpr). Konsumentom, mając pełną świadomość o wykorzystanym modelu biznesowym przez Spółkę, mogliby z innych źródeł pozyskiwać materiały edukacyjne i wiedzę z zakresu rynku inwestowania online, kryptoaktywów/Forex itp., podczas gdy oferowane w ramach projektu produkty - czyli pakiety szkoleniowe, miały jedynie charakter maskujący faktyczny cel przedsięwzięcia - to jest rekrutację kolejnych osób do struktury dystrybucyjnej. Tym samym Prezes Urzędu zakwalifikował stopień naruszenia jako znaczny.
- [98] Oceniając stopień naruszenia uwzględnić należy także specyfikę rynku. Rynek edukacji cyfrowej (e-learning, szkolenia, kursy) to bardzo rozległy i dynamicznie rozwijający się obszar, który z każdym rokiem zyskuje na popularności. Wyniki badania „Edukacja

¹² <https://uokik.gov.pl/na-tropie-systemow-promocyjnych-typu-piramida-prezes-uokik-sprawdza>

¹³ Wyrok SOKiK z 9 lutego 2024 r., sygn. XVII AmA 19/22, gdzie skutki piramidy uznano za „o szczególnie dużej skali”.

w *epoce cyfrowej*”¹⁴ wyraźnie wskazują, że polscy respondenci dostrzegają szereg zalet w tej formie pozyskiwania wiedzy i nabywania nowych umiejętności, w szczególności z uwagi na wygodę (możliwość nauki w dowolnym miejscu i czasie), oszczędność czasu oraz pieniędzy. Prawie co drugi Polak korzysta w edukacji cyfrowej, a co trzeci uważa tę formę pozyskiwania wiedzy za bardziej efektywną¹⁵. W niniejszej sprawie szczególne znaczenie ma tematyka oferowanych przez Eaconomy kursów, która dotyczyła rynku kryptoaktywów i Forex¹⁶. Rynek kryptowalut i kryptoaktywów¹⁷, którego nie można zaliczyć do części rynku finansowego, nie posiada aktualnie w Polsce szczegółowej regulacji. Jako rynek nieregulowany, pozbawiony jest systemowych rozwiązań zapewniających bezpieczeństwo inwestorom oraz ułatwiających im ewentualne dochodzenie roszczeń od nierzetelnych przedsiębiorców (odmiennie np. do rynku bankowego, ubezpieczeniowego, czy deweloperskiego). Rynek Forex natomiast jest rynkiem dynamicznie rosnącym, na którym w ciągu ostatniej dekady bardzo dynamicznie rozwinęły się usługi na rynku kapitałowym świadczone zarówno przez podmioty krajowe, jak i zagraniczne, w tym działające transgranicznie przez Internet. Część podmiotów działa bez wymaganej licencji, co nie jest legalne. Rosnące zainteresowanie tego rodzaju usługami wynika z chęci osiągnięcia przez inwestorów ponadprzeciętnych zysków, które znacznie przewyższają zyski na rynku regulowanym, jak również bardzo aktywne i dynamiczne działania promocyjne i marketingowe, mające na celu pozyskanie nowych klientów¹⁸. Komisja Nadzoru Finansowego cyklicznie przedstawia wyniki klientów na rynku Forex¹⁹. Z analizy wynika, że znaczna większość aktywnych klientów (73%) traci na transakcjach na tego typu instrumentach²⁰. W świetle powyższego należy podkreślić, że szkolenia oferowane przez Eaconomy dotyczyły rynków jednocześnie dynamicznych, wysokiego ryzyka oraz - w przypadku kryptoaktywów - pozbawionych jasnych i stabilnych ram regulacyjnych. Tego rodzaju tematyka mogła budzić szczególne zainteresowanie konsumentów poszukujących szybkich możliwości inwestycyjnych, a zarazem - ze względu na nowość materii i brak ustalonych standardów - była dla przeciętnego konsumenta trudna do zweryfikowania pod względem merytorycznym. W konsekwencji zwiększało to ryzyko wprowadzenia konsumentów w błąd i nakładało na przedsiębiorcę podwyższony obowiązek rzetelności, staranności i transparentnego przedstawiania treści oferowanych szkoleń.

[99] Zebrany materiał dowodowy wskazuje na stosowanie tej praktyki w okresie co najmniej od 2021 r., od kiedy Spółka oferowała konsumentom możliwość uczestnictwa w platformie edukacyjnej, która w istocie służyła do propagowania systemu

¹⁴ Badanie na reprezentatywnej grupie Polaków 16+ na zlecenie Edukier.pl wykonane przez SW Research (CAWI, N=808) - październik 2023.

¹⁵ Vide: <https://swresearch.pl/news/edukacja-w-epoce-cyfrowej-wyniki-badania>, wyświetlone 11 czerwca 2025 r.

¹⁶ Przez tzw. rynek Forex (ang. Foreign Exchange Market) należy rozumieć cały rynek pozagiełdowych instrumentów pochodnych, a nie tylko rynek walutowy.

¹⁷

Patrz:

1. Ostrzeżenie Urzędu KNF o ryzykach związanych z nabywaniem oraz z obrotem kryptoaktywami (w tym walutami wirtualnymi oraz kryptowalutami) z dnia 12 stycznia 2021 r., Karta: 237 i nast.;

2. Stanowisko Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego w sprawie wydawania i obrotu kryptoaktywami z dnia 20 grudnia 2020 r., Karta: 228 i nast..

¹⁸ https://www.knf.gov.pl/dla_rynku/forex, wyświetlone 11 czerwca 2025 r.

¹⁹ https://www.knf.gov.pl/dla_rynku/forex/materialy_informacyjne_edukacyjne, wyświetlone 11 czerwca 2025 r.

²⁰ Komunikat KNF opublikowany 2 kwietnia 2024 r.: Wyniki klientów na rynku Forex za rok 2023.

promocyjnego typu piramida. Mając powyższe na uwadze uznać należy, że okres stosowania tej praktyki ma charakter długotrwały, bowiem przekraczał jeden rok, co zgodnie z utrwalonym orzecznictwem oznacza długotrwałość jej stosowania.

- [100] Ze względu na brak wiarygodnych sprawozdań finansowych Eaconomy LLC, Prezes Urzędu zastosował art. 106 ust. 8 uokk, który - w ocenie komentatorów (T. Skoczny [w:] „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, 2022) - pełni funkcję „bezpiecznika”, pozwalającego wymierzyć realną sankcję także wtedy, gdy przedsiębiorca ukrywa obrót.
- [101] W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym: rażący charakter systemu promocyjnego typu piramida jako praktyki zabronionej w każdych okolicznościach, transgraniczny zasięg usługi oraz długotrwały okres trwania praktyki, uzasadniają przyjęcie wysokiej kary, odzwierciedlającej nie tylko represyjny, lecz także prewencyjny cel sankcji.
- [102] Prezes Urzędu nie odnotował, aby Spółka wcześniej naruszała przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- [103] Prezes Urzędu nie dopatrywał się okoliczności łagodzących w odniesieniu do zarzucanej praktyki i wpływających na wymiar kary w niniejszej sprawie. Należy podkreślić, że ani po wszczęciu Postępowania Wyjaśniającego i kierowaniu w jego toku wezwaniach przez Prezesa UOKiK, ani po wszczęciu Postępowania Właściwego i wyraźnego wskazania o możliwym naruszeniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku ze stosowaniem praktyki zabronionej w każdych okolicznościach, Spółka nie podjęła żadnych działań naprawczych ani nie zmodyfikowała kwestionowanego modelu działania, nie podjęła też z własnej inicjatywy szczególnej współpracy z Prezesem Urzędu. Zaniechanie funkcjonowania Platformy nastąpiło po szeregu działań organów nadzoru i wydawanych przez nie ostrzeżeniach publicznych i zapewne może mieć charakter zmiany nazwy (rebrandingu). Tym samym zaniechanie stosowania praktyki nie nastąpiło przed lub niezwłocznie co wszczęciu postępowania, co sprawia, że brak jest podstaw do zaliczenia tej okoliczności w toku miarkowania wysokości sankcji. Natomiast za okoliczność obciążającą - jak podniesiono wyżej - Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny. W ocenie Prezesa Urzędu Spółka celowo i świadomie stworzyła system, który pod pozorem świadczenia usług edukacyjnych w rzeczywistości polegał wyłącznie na budowaniu i utrzymaniu odpowiedniej struktury w ramach programu partnerskiego. Ponadto Prezes Urzędu uznał, że w związku z działalnością w Internecie naruszenie miało znaczny zasięg terytorialny, a jego skutkiem objęta została znaczna liczba konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu brak jest innych okoliczności obciążających wpływających na wysokość kary.
- [104] Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił wysokość kary pieniężnej za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, opisanej w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, na poziomie **6.762.000 zł (słownie: sześć milionów siedemset sześćdziesiąt dwa tysiące złotych)**, co - zważywszy na art. 5 uokk - odpowiada równowartości **1.600.000 euro (słownie: jeden milion sześćset tysięcy euro)** i stanowi **80%** maksymalnego wymiaru kary określonego w art. 106 ust. 8 uokk.

- [105] W ocenie Prezesa Urzędu, nałożona na Eaconomy kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności stwierdzonego naruszenia. Nałożenie na Spółkę kary pieniężnej za stosowanie stwierdzonej praktyki jest zasadne z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Jej wysokość jest na tyle dolegliwa, że służyć będzie jako środek odstrasżający Spółkę od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karze ma również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kara pieniężna spełni również funkcję represyjną, to znaczy stanowić będzie dolegliwość dla strony niniejszego postępowania uzasadnioną stwierdzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
- [106] Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokk karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Koszty postępowania (pkt III sentencji decyzji)

- [105] Na podstawie art. 80 uokk Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 ww. ustawy, jeżeli w ramach prowadzonego postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, obowiązany jest ponieść koszty postępowania.
- [106] Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 tej ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2025 r. poz. 1691; dalej także: „kpa”). Stosownie do art. 264 § 1 kpa, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Jednocześnie, zgodnie z art. 263 § 1 i 2 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 kpa, koszty spowodowane oględzinami na miejscu, koszty doręczenia stronom pism urzędowych, a także koszty mediacji. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy.
- [107] Przedmiotowe postępowanie zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Do kosztów prowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zaliczono poniesione koszty doręczenia pism stronom w wysokości **100 zł (słownie: sto złotych)**.
- [108] 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 dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.**

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie III sentencji decyzji.

Pouczenia

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokk w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 1568 ze zm.; dalej także: „kpc”) - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku, ul. Podwale Przedmiejskie 30, 80-824 Gdańsk.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt III sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 kpa w zw. z art. 83 uokk oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokk w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku, ul. Podwale Przedmiejskie 30, 80-824 Gdańsk.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2025 r. poz. 1228 ze zm.; dalej także: „ustawa o kosztach sądowych w sprawach cywilnych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł. Z kolei zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Opłatę od odwołania lub zażalenia należy uiścić na rachunek bankowy Sądu Okręgowego w Warszawie albo w kasie tego sądu lub w inny sposób, zgodnie z informacjami podanymi przez Sąd. Na stronie internetowej Sądu Okręgowego w Warszawie oraz na tablicy ogłoszeń w budynku Sądu dostępne informacje o: 1) funkcjonujących kasach sądu, w których można uiścić opłatę sądową; 2) możliwych sposobach uiszczania opłat sądowych w formie bezgotówkowej; 3) numerach rachunków bieżących dochodów sądu, na które można dokonywać wpłat.

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

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

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

Stosownie do treści art. 117 §1 - §4 kpc, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

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