PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Gdańsk 24 lipca 2026 r.

RGD-2.610.2.2025.AG

wersja jawna
(tajemnica przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczone jako [xxx])

DECYZJA RGD NR - 3 /2026

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę Małgorzatę Magierę, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Małgorzata Magiera w miejscowości Mszana Dolna, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki** stosowane przez ww. przedsiębiorcę polegające na:

1. 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 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), Zasady i Warunki (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);
2. rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji w serwisach społecznościowych o wysokości dochodów uzyskanych w wyniku inwestowania na rynkach finansowych dzięki dostępowi do Platformy Eaconomy co wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1, w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.).

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 23 lutego 2025 r.

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na przedsiębiorcę Małgorzatę Magierę, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Małgorzata Magiera w miejscowości Mszana Dolna, **obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów** opisanego w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, w postaci zamieszczenia - na koncie prowadzonym przez Małgorzatę Magierę na portalu społecznościowym:

a) Instagram: www.instagram.com - na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą „gosia_mag", dostępny pod adresem: https://www.instagram.com/gosia_mag/
b) TikTok: https://www.tiktok.com/ - na dzień wydania niniejszej decyzji jest to profil o nazwie „gosia_magiera", dostępny pod adresem: https://www.tiktok.com/@gosia_magiera

- komunikatu o następującej treści (dalej także: **„Oświadczenie"**):

„DECYZJA PREZESA UOKiK
OŚWIADCZENIE

Przedsiębiorca Małgorzata Magiera #gosia_mag #gosia_magiera oświadcza, że stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida o nazwie Eaconomy #Eaconomy oraz rozpowszechniała nieprawdziwe informacje o wysokości dochodów jakie uzyskiwała inwestując na rynkach finansowych dzięki dostępowi do Platformy Eaconomy.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów #UOKIK uznał te praktyki za naruszające prawo i stwierdził ich zaniechanie z dniem 23 lutego 2025 r.

Oświadczenie jest wykonaniem decyzji #decyzjaUOKiK Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr _____ z dnia _____ dostępnej na uokik.gov.pl.".

Oświadczenie zostanie złożone z zachowaniem poniższych zasad:

A. **Odnośnie portalu społecznościowego Instagram** - zostanie opublikowane na: (i) profilu, (ii) w biogramie oraz (iii) relacji (tzw. stories) – jak niżej:

- Na profilu użytkownika Małgorzaty Magiery zostanie opublikowane w formacie posta (dalej także: „Post") widocznego w zakładce profilu „posty", w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i będzie utrzymywane przez okres 6 (sześciu) miesięcy od daty jego opublikowania oraz powinno być:

a) zamieszczone jako opis do posta (tzw. podpis) zawierającego jednocześnie grafikę o wymiarach zalecanych aktualnie przez platformę – na dzień wydania decyzji: 1080×1350 pikseli – o treści: „Decyzja Prezesa UOKiK Oświadczenie" pisanej czarnymi literami na białym tle, czcionką nie mniejszą niż 55 punktów, jak poniżej:

b) ww. grafika stanowić będzie zarazem okładkę Posta,

c) drugą grafikę Posta stanowić będzie treść Oświadczenia pisana czarnymi literami na białym tle, czcionką nie mniejszą niż 34 punkty

d) Post powinien być zamieszczony z wykorzystaniem funkcjonalności przypięcia w górnej części profilu Przedsiębiorcy w serwisie Instagram,

e) funkcjonalność dodawania komentarzy do Posta nie może zostać wyłączona,

f) Oświadczenie powinno być napisane standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym,

g) fragment Oświadczenia o treści: „uokik.gov.pl" będzie stanowić hiperłącze odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hiperłącza, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku;

- W biogramie użytkownika Małgorzaty Magiery treść Oświadczenia powinna zostać opublikowana, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i być utrzymywana przez okres 6 (sześciu) miesięcy od daty jego opublikowania, w formie linka, który odsyłać będzie do Posta;

- W relacji (tzw. stories) użytkownika Małgorzaty Magiery treść Oświadczenia powinna zostać opublikowana, w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i być utrzymywana przez okres 6 (sześciu) miesięcy od daty jego opublikowania, przy uwzględnieniu poniższych wymogów:

a) publikacja ww. relacji nastąpi poprzez udostępnienie Posta, z zachowaniem jego standardowej wielkości oraz białego tła Oświadczenia,

b) publikacja ww. relacji zostanie ponowiona trzykrotnie - raz dziennie co 7 dni, łącznie przez okres 21 dni,

c) Oświadczenie w formacie relacji powinno być wyświetlane co najmniej na 3 częściach (tzw. kafelkach), łącznie przez minimum 45 sekund,

d) fragment Oświadczenia o treści: „uokik.gov.pl” będzie stanowić hiperłącze odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hiperłącza, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku.

Opublikowane w relacji (tzw. stories) Oświadczenie nie może:

a) wykorzystywać opcji „Zakończ dystrybucję w Aktualnościach” (w okresie objętym obowiązkiem publikacyjnym),
b) blokować możliwości dodawania komentarzy,
c) blokować możliwości udostępniania (przekazywania dalej).

- Publikacja Oświadczenia w formacie: (i) Posta na profilu Małgorzaty Magiery, (ii) linka zawartego w biogramie profilu Przedsiębiorcy oraz (iii) pierwszej relacji (tzw. stories) nastąpi:

a) równocześnie w tym samym dniu roboczym w godzinach między 9:00 a 12:00,
b) publikacja kolejnych relacji będzie następować w godzinach między 9:00 a 12:00,
c) w przypadku zmiany profilu Przedsiębiorcy w serwisie Instagram niniejszy obowiązek będzie odnosić się do profili Przedsiębiorcy funkcjonujących w czasie zamieszczenia przedmiotowych publikacji,
d) w przypadku zmiany nazwy Przedsiębiorcy Małgorzaty Magiery, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy Małgorzaty Magiery lub jej następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej i nowej nazwy,
e) w razie zmiany treści sentencji decyzji lub jej uzasadnienia przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub sąd powszechny, w zakresie podlegającym obowiązkowi publikacji, należy obowiązek ten wykonać zgodnie ze zmienioną treścią decyzji.

B. **Odnośnie portalu społecznościowego TikTok** - zostanie opublikowane na: (i) profilu, (ii) w biogramie (link w BIO) oraz (iii) jako przypięty film – jak niżej:

a) Opublikowane Oświadczenie nie może:
    i. mieć w ustawieniach włączonej opcji „Tylko znajomi”, „Prywatny”, „Tylko ja” (w okresie objętym obowiązkiem publikacyjnym),
    ii. blokować możliwości dodawania komentarzy,
    iii. blokować możliwości udostępniania (przekazywania dalej),
    iv. blokować możliwości „duet” oraz „stitch”;
b) Oświadczenie w formie filmu zostanie dodane na profilu w sekcji „Filmy” (Tik Tok). Po publikacji film zostanie przypięty jako „przypięty film” i pozostanie w tym miejscu przez okres 6 (sześciu) miesięcy;
c) Oświadczenie zostanie sformułowane zgodnie z przyjętą przez Przedsiębiorcę strategią komunikacyjną, tj. film o decyzji Prezesa Urzędu będzie opublikowany

na tych samych zasadach jak wszystkie inne i z użyciem takiej samej czcionki i wizualizacji jak w przypadku innych postów i wiadomości;

d) w przypadku zmiany profilu Przedsiębiorcy, w serwisie Tik Tok niniejszy obowiązek będzie odnosić się do profili Przedsiębiorcy funkcjonujących w czasie zamieszczenia przedmiotowych publikacji;
e) w przypadku zmiany nazwy Przedsiębiorcy Małgorzaty Magiery, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy Małgorzaty Magiery lub jej następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej i nowej nazwy;
f) w razie zmiany treści sentencji decyzji lub jej uzasadnienia przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów lub sąd powszechny, w zakresie podlegającym obowiązkowi publikacji, należy obowiązek ten wykonać zgodnie ze zmienioną treścią decyzji.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z ust 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na przedsiębiorcę Małgorzatę Magierę, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Małgorzata Magiera w miejscowości Mszana Dolna, w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **kary pieniężne** płatne do budżetu państwa **w wysokości:**

1. 42.267 zł (słownie: czterdzieści dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt siedem złotych) - w zakresie opisanym w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji;
2. 42.267 zł (słownie: czterdzieści dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt siedem złotych) - w zakresie opisanym w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) w zw. z art. 263 § 1 i 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2025 r. poz. 1691 ze zm.) w zw. z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża** przedsiębiorcę Małgorzatę Magierę, prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Małgorzata Magiera w miejscowości Mszana Dolna, **kosztami niniejszego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 66,01 zł (sześćdziesiąt sześć złotych jeden grosz) 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 pod sygn. RGD.403.1.2024 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").
***Dowód**: Postanowienie Prezesa UOKiK z dnia 2 września 2024 r., RGD-97/2024, Karta 1;*

[2] Analiza materiału dowodowego uzyskanego w toku Postępowania Wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem z dnia 27 maja 2025 r. RGD-36/2025, postępowania o sygn. RGD-2.610.2.2025.AG w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę Xxxxxxxxxx xxxxxxx prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą xxxxxxxxxx xxxxxxx w miejscowości Mszana Dolna praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wskazanych w pkt I sentencji decyzji (dalej także: „Postępowanie Właściwe").
***Dowód**: Postanowienie Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., RGD-36/2025, Karta 67;*

[3] Postanowieniem RGD-37/2025 z dnia 27 maja 2025 r. Prezes Urzędu m.in. zaliczył w poczet dowodów w Postępowaniu Właściwym pisma i dokumenty uzyskane w toku Postępowania Wyjaśniającego.
***Dowód**: Postanowienie Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., RGD-37/2025, Karta 49;*

[4] Pismem z dnia 27 maja 2025 r. Prezes Urzędu zawiadomił przedsiębiorcę Xxxxxxxxxx xxxxxxx prowadzącą działalność gospodarczą pod firmą Xxxxxxxxxx xxxxxxx w miejscowości Mszana Dolna (dalej także: „Xxxxxxxxxx xxxxxxx" lub „Przedsiębiorca") o wszczęciu Postępowania Właściwego oraz o zaliczeniu w poczet materiału dowodowego w tym postępowaniu dokumentów zebranych w toku Postępowania Wyjaśniającego.
***Dowód**: Zawiadomienie Prezesa UOKiK z dnia 27 maja 2025 r., Karty 51,69;*

[5] W trakcie Postępowania Właściwego, dnia 27 czerwca 2025 r., Urząd Komisji Nadzoru Finansowego przekazał dokumenty i informacje pozyskane od zagranicznych organów nadzoru.
***Dowód**: Pismo Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 27 czerwca 2025 r., Karty 75-95;*

[6] Pismem z dnia 26 maja 2026r. Przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w prowadzonym Postępowaniu Właściwym oraz poinformowany o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

***Dowód**: Pismo Prezesa UOKiK z dnia 26 maja 2026r., Karta 134;*

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

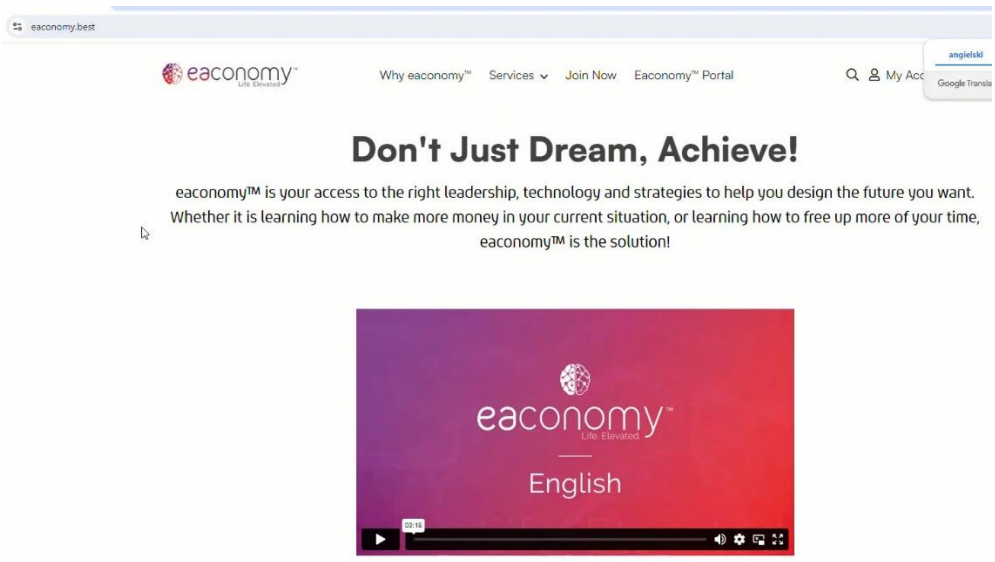
platforma pod wspólną nazwą (brandem) Eaconomy (dalej także: „Platforma"). Przedmiotem działalności Spółki było świadczenie usług edukacyjnych online użytkownikom Platformy, w tym konsumentom (dalej także: „Członkowie"), którzy w tym celu nabywali pakiety szkoleniowe.

***Dowód**: wydruki ze strony internetowej https://who.is, Karty 96-97;*

***Dowód**: wydruk ze strony internetowej https://www.nvsilverflume.gov/home, Karta 119;*

[8] Zgodnie z materiałami zamieszczonymi przez Eaconomy LLC z siedzibą w Nevadzie, między innymi na Instagramie, przedmiotem sprzedaży był dostęp 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 a ich celem nauczenie użytkowników umiejętności przydatnych na rynkach finansowych, w tym inwestowania i zarządzania finansami osobistymi. 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://eaconomy.best

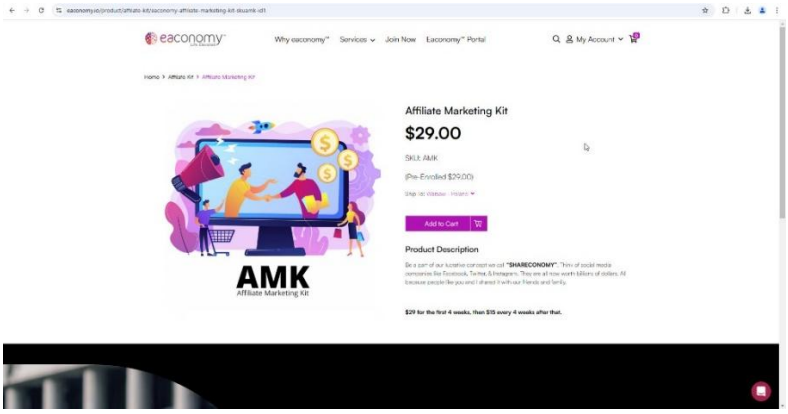
***Dowód**: film – 2024-08-06_13-54-22, Karta 45;*

[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 tylko w charakterze Członka, ale również jako Partnera. Wówczas opłata aktywacyjna za tzw. zestaw marketingu afiliacyjnego wynosiła – poza opłatą za członkostwo - dodatkowo 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: eaconomy.io [dostęp: 03.03.2025r.]

Program Partnerski, Niezależni Partnerzy Oprogramowania (Niezależni Partnerzy)

[11] W celu promocji działalności Eaconomy, w szczególności Platformy, podmiot amerykański prowadził Program Partnerski, który umożliwiał uzyskanie korzyści materialnych w związku z wykupieniem jednego z pakietów zapewniających dostęp do usług edukacyjnych oferowanych Platformę Eaconomy. 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 Eaconomy LLC.

[12] Zgodnie z informacjami pozyskanymi w toku Postępowania Wyjaśniającego, aby zostać uznanym za aktywnego Partnera, należało wykupić od Eaconomy dostęp do jednego z pakietów, to jest „Elite Pack" lub „Elite Pro Pack" oraz zestaw marketingu afiliacyjnego.

[13] W ramach ww. pakietów użytkownik Platformy uzyskiwał dostęp do występujących pod nw. nazwami określonych rodzajów usług związanych z przekazywaniem informacji na temat finansów oraz materiałów edukacyjnych:

1. 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

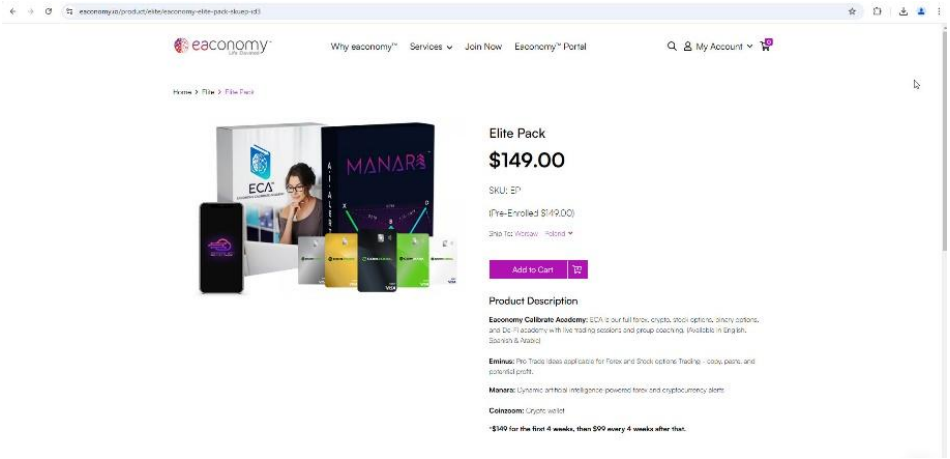
[1] W uzasadnieniu wykorzystano tłumaczenia własne Prezesa Urzędu.
[2] Różnica w określeniu partnerów wynika z dokumentów Spółki. Pierwsze określenie ma miejsce w Umowie Użytkownika natomiast drugie w Planie Nagród.

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.

2. Subskrypcja na poziomie „Elite Pro Pack" obejmowała – poza ww. usługami świadczonymi w ramach „Elite Pack" – dodatkowo dostęp do:
   - Skie - darmowego VPS[3] w chmurze;
   - Aithena – opisywana przez Eaconomy jako „*Zacięta wojowniczka, która będzie walczyć o każdą zyskowną transakcję.*" Według Spółki wskazana usługa „*korzysta*(ła) *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://eaconomy.io [dostęp: 03.03.2025 r.]

***Dowód**: zrzut ekranu – 2025-03-03_14-21-00, Karta 44-45;*

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

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.

[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://eaconomy.io/product/elite/eaconomy-elite-pack-skuep-id3 [dostęp:7.03.2025].

***Dowód**: pismo Xxxxxxxxxx xxxxxxx z dnia 4 listopada 2024 r., Karty 15-20;*

[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 29;

[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 (ISP) 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 30-34;

[18] Jak już wspomniano wyżej, w celu promocji swojej działalności Eaconomy prowadziła Program Partnerski. Zgodnie z treścią stosowanego przez Spółkę dokumentu określającego warunki korzystania z Platformy – 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 30-34;

[19] 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 powodu.

Dowód: Zasady i Warunki (ang. Terms and Conditions), Karty 30-34;

[20] W toku Postępowania Wyjaśniającego Prezes Urzędu uzyskał od Xxxxxxxxxx xxxxxxx informacje, na podstawie których ustalił proces rejestrowania się nowych Członków na Platformie. W piśmie z dnia 4 listopada 2024 r. Przedsiębiorca 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. Xxxxxxxxxx xxxxxxx uściśliła, że rozpoczynając współpracę z Platformą Eaconomy zaakceptowała „*Regulamin Platformy (ang. Terms&Conditions) oraz wyraziła zgodę na umowę współpracy (ang. User Agreement)*”. Ponadto podkreśliła, że nie zawierała innych umów ze Spółką.

***Dowód**: pisma Xxxxxxxxxx xxxxxxx z dnia 4 listopada 2024 r. oraz 14 lutego 2025 r., Karty 15-20, 22-28;*

Jak wynika z Poradnika Planu Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan Handbook*), w ramach udziału w Programie Partnerskim Partner otrzymywał prowizje 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 35-44;

[21] 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]

[22] 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 Xxxxxxxxxx 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. Poniższa tabela graficznie ilustruje 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	I000/I000	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]

[23] Każdemu z Partnerów przysługiwał również jednorazowy Bonus za uzyskanie kolejnej rangi w systemie. Gratyfikacja przedstawiała się w sposób zaprezentowany na poniższej grafice:

Grafika nr 4. Lifestyle Bonus.



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

[24] 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.

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. 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., Karta 94-95;*

[25] W Czechach, po otrzymaniu anonimowego zgłoszenia dotyczącego oferowania tzw. „projektu Eaconomy" związanego z handlem kontraktami na różnice kursowe (ang. *Contracts For Difference, CFD*), tamtejszy organ nadzoru opublikował ostrzeżenie publiczne na swojej stronie internetowej.

***Dowód**: pismo Česká národní banka z dnia 5 marca 2025 r., Karta 78;*

[26] Norweski organ nadzoru finansowego, we współpracy z Norweskim Urzędem ds. Konsumentów[5], 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 75;*

[5] Forbrukertilsynet oraz Finanstilsynet.

[27] W Kanadzie prowadzono 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 76;*

Propagowanie Eaconomy – Grupa 1 Vision Polska

[28] W Polsce, w sposób szczególny, Platformę propagowały osoby tworzące nieformalną grupę pod nazwą 1 Vision Poland, której założycielkami i liderkami były m.in. Xxxxxxxxxx xxxxxxx, xxxxxxx xxxxxxxxx, xxxxxxx xxxxxxxx oraz xxxxx xxxxxxxxxx. 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 Xxxxxxxxxx xxxxxxx osiągnęła rangę „ICON 9” i miała w swojej bezpośredniej strukturze około xxx osób a w ogólnej strukturze ponad xxxx Członków. Natomiast xxxxxxx xxxxxxxxx, która osiągnęła rangę „Icon 50”, zgodnie z Planem Wynagrodzeń, powinna mieć w swojej bezpośredniej strukturze minimum 2.000 osób.

Grafika nr 5. Strona internetowa 1vision.com.pl z liczbą członków grupy.

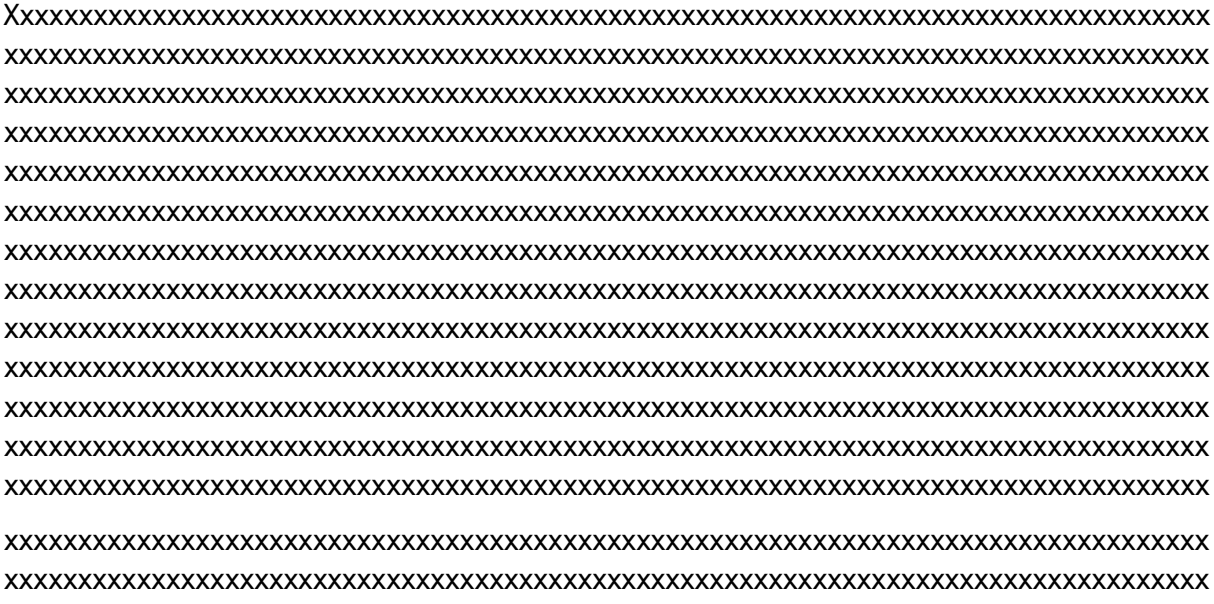
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Zrzut z ekranu: https://1vision.com.pl/ [dostęp: 04.03.2025 r.]

[29] Xxxxxxxxxx xxxxxxx, uzyskaną rangę potwierdziła w odpowiedzi udzielonej dnia 4 listopada 2024r. na wystąpienie Prezesa Urzędu. W przypadku pozostałych wymienionych osób ustalenia poczyniono w oparciu o materiały publikowane przez nie w social mediach, przede wszystkim na Instagramie.

Grafika nr 6. Zrzut ekranu ze strony 1vision.com.pl



Źródło: strona internetowa 1vision.com.pl - treść strony internetowej utrwalona na filmie – 2024-02-21_11-43-31

[30] Prezes Urzędu odnotowuje, 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. Poniżej przytoczono przykładową opinię wyrażoną na koncie @xxxxxxxxxxxx na Instagramie w rolce z dnia 21 lutego 2024r.

Grafika nr 7. Zrzut ekranu z rolki opublikowanej na koncie @xxxxxxxxxxxx na Instagramie



Źródło: Instagram – treść strony internetowej utrwalona na filmie – 2024-03-11_09-22-19

Nie jest to odosobniona opinia, gdyż znajduje potwierdzenie w treści spójnych i jednoznacznych skarg i wiadomościach dotyczących Eaconomy oraz osób promujących Platformę, przekazywanych do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zgłaszający podkreślają, że „(…) Eaconomy opiera swój model na pozyskiwaniu kolejnych uczestników, którzy wpłacają początkową opłatę (…) a osoby promujące system obiecują wysokie zyski (…) Rekrutujący zarabiają 50 USD od każdej nowej osoby

oraz stałą prowizję miesięczną(…)” oraz „(…) główny nacisk jest kładziony na pozyskiwanie nowych członków do struktur 1 Vision(…)”.

Dowód: *zanonimizowana wiadomość e-mail z dnia 19.11.2024*

Dowód: *zanonimizowana wiadomość e-mail z dnia 29.10.2024*

[31] W tym miejscu należy wskazać, że członkowie 1 Vision Polska w publikowanych materiałach sami kładli nacisk na edukację, ale przede wszystkim w dziedzinie networkingu (marketingu), a nie podnoszenia wiedzy finansowej.

Grafika nr 8. zrzut ekranu ze stories z konta xxxxxxxxxx na Instagramie należącego do Xxxxxxxxxx xxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Instagram [dostęp: 19.09.2024r.]

Grafika nr 9. Post z konta @xxxxxxxxxxxxx na Instagramie.

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

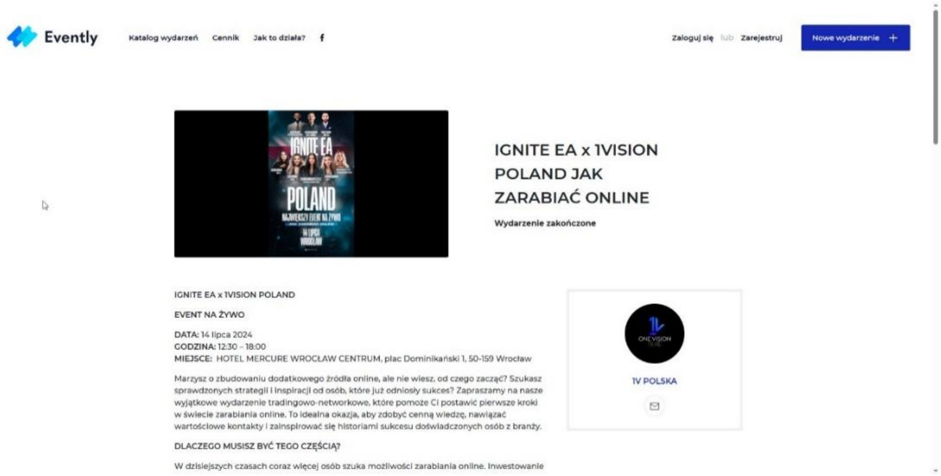
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Instagram [dostęp: 18.09.2024]

[32] Członkowie 1 Vision Polska działali w Internecie – za pośrednictwem kont w mediach społecznościowych, jak również organizując stacjonarne spotkania, podczas których celebrowano przede wszystkim uzyskanie określonej rangi w strukturze dystrybucyjnej projektu przez Niezależnego Partnera Oprogramowania. Dla porządku należy dodać, że wydarzenia organizowane na żywowg informacji przekazanych przez Przedsiębiorcę miały miejsce w sierpniu 2023 r. w Warszawie oraz w lipcu 2024 r. we Wrocławiu. Wtoku Postępowania Wyjaśniającego pozyskano również informację o spotkaniach w Gdańsku, Krakowie i Rzeszowie.

Grafika nr 10. Zrzut ekranu ze strony internetowej evently.pl



Źródło: strona internetowa evently.pl [dostęp: 21.10.2025]

[33] Jak wynika z ustaleń powziętych w toku Postępowania Wyjaśniającego sukces finansowy związany z użytkowaniem Platformy nie wynikał z wykorzystania informacji przekazywanych za pośrednictwem Platformy lub umiejętności nabytych w zakresie rynków finansowych, lecz skutecznej działalności marketingowej i uzyskanej rangi w ramach Planu Nagród, z treści którego jednoznacznie wynikało, że jedynymi warunkami kolejnych awansów była liczba osób (w tym konsumentów) pozyskanych dla struktury sprzedażowej.

[34] Prezes Urzędu odnotowuje przy tym, że w ramach projektu istniał zwyczaj celebrowania uzyskania kolejnej rangi przez uczestników struktury, co odbywało się publicznie na różnego rodzaju wydarzeniach organizowanych przez założycielki i członków grupy 1 Vision Polska. Osiągnięcie kolejnej rangi przez członków Platformy zawsze było przy tym eksponowane na profilach promotorów w mediach społecznościowych, czemu towarzyszył szereg gratulacji oraz udostępnień ze strony innych użytkowników, stanowiąc symbol osiągniętego sukcesu biznesowego i zachęty do uzyskiwania jeszcze wyższych rang w strukturze, a co w praktyce oznaczało konieczność rekrutowania kolejnych osób do projektu.

Grafika nr 11. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie Instagram

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23

Grafika nr 12. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie Instagram

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

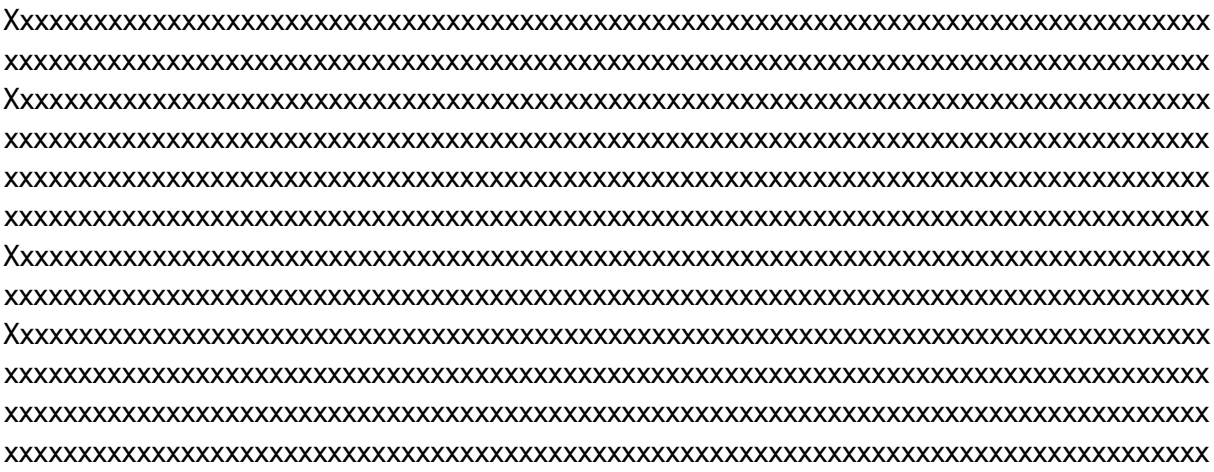
Źródło: zrzut ekranu 2025-01-21

Grafika nr 13. Zrzut ekranu – profil xxxxxxx xxxxxxxxx na platformie Instagram

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

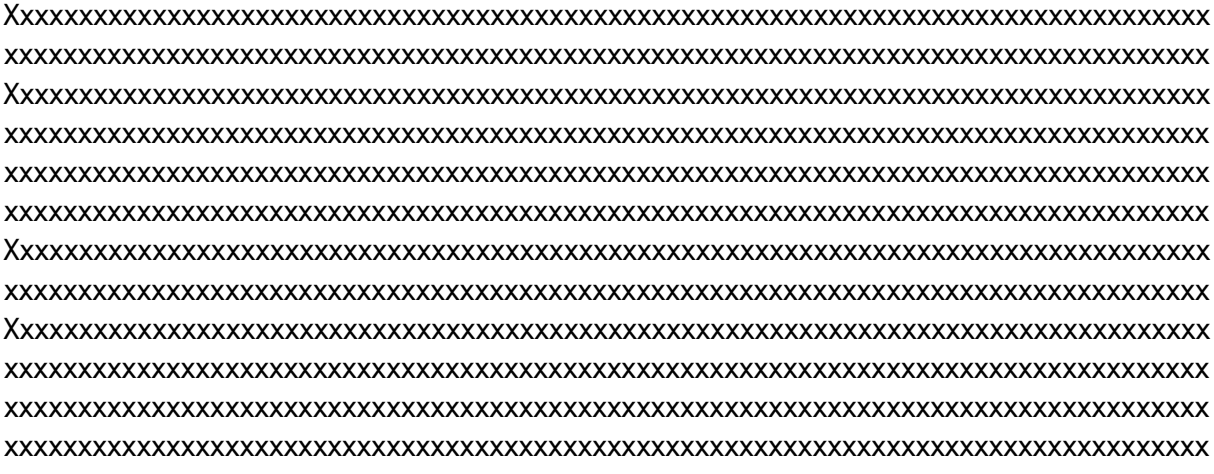
Źródło: zrzut ekranu 2025-03-06

Grafika nr 14. Zrzut ekranu – profil xxxxxx xxxxxxxxx na platformie Instagram



Źródło: zrzut ekranu 2025-03-06

Grafika nr 15. Zrzut ekranu – profil xxxxx xxxxxxxxxxxx na platformie Instagram



Źródło: zrzut ekranu 2025-03-06

[35] Zarówno na grafikach wskazujących osiągniętą rangę jak i w komentarzach wskazywano, że wraz z nią uczestnik Platformy Eaconomy uzyskiwał również określony dochód rezydualny, zgodny z Planem Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan*). Jako przykład można wskazać grafikę nr 15, na której członkini 1 Vision Polska na swoim profilu wskazuje, że jej podopieczna (czyli osoba w strukturze) będzie teraz zarabiać minimum 2.000 zł miesięcznie. We wspomnianym Planie Wynagrodzeń, osoba osiągająca rangę Influencer 500 uzyskuje jako stały dochód rezydualny sumę 500 USD miesięcznie. Tygodniowe i miesięczne wypłaty dla Partnerów Eaconomy przedstawiono w Tabeli nr 2.

[36] W toku Postępowania Wyjaśniającego w pismach z dnia 4 listopada 2024 rr. oraz 14 lutego 2025 rr. Xxxxxxxxxx xxxxxxx wskazała, że w wyniku swojej działalności jako jedna z założycielek 1 Vision Polska w okresie od grudnia 2022 rr. do stycznia 2025 r. uzyskała wyłącznie dochód rezydualny. Jedynym odstępstwem od reguły był listopad 2024 r., w którym ww. wskazała dochód w wysokości xxxx USD jako dochód z tradingu.

Działalność Xxxxxxxxxx xxxxxxx – liderki grupy 1Vision Polska

[37] Jak wynika z informacji zawartych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej, przedmiotem przeważającej działalności

Przedsiębiorcy jest działalność agencji reklamowych. Przedmiot pozostałej działalności Xxxxxxxxxx xxxxxxx dotyczy:

1) działalności wspomagającej edukację,
2) pozostałej działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej, gdzie indziej niesklasyfikowanej,
3) pozostałego doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania.

[38] Xxxxxxxxxx xxxxxxx prowadzi działalność marketingową w oparciu o konta w internetowych serwisach społecznościowych Instagram oraz TikTok: https://www.instagram.com/xxxxxxxx/ i https://www.tiktok.com/xxxxxxxxxxxxx. Przedsiębiorca organizuje webinary przede wszystkim na platformie Zoom, a także za pośrednictwem strony internetowej 1vision.com.pl - ogólnodostępnej dla konsumentów, co najmniej od stycznia 2024 r[6]. Wykorzystywane przez Przedsiębiorcę konta w serwisach społecznościowych obserwuje odpowiednio 16,1 tys. i 34,4 tys. osób[7].

Grafika nr 16. Zrzut ekranu z profilu xxxxxxxxxx wykorzystywanego przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx na Instagramie

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: zrzut ekranu 2025-03-06_09-42-23

Grafika nr 17. Zrzut ekranu z profilu xxxxxxxxxxiera wykorzystywanego przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx na Tik Tok

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23_07-44-38

[6] Zgodnie z informacją z Krajowego Rejestru Domen ww. witrynę utworzono w dniu 24.12.2024 r.; za: https://www.dns.pl/whois stan na dzień 21 października 2025 r.
[7] Stan na dzień 20 lutego 2025r.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Delegatura Urzędu w Gdańsku
ul. Podwale Przedmiejskie 30, 80-824 Gdańsk
tel.58 346 29 32
gdansk@uokik.gov.pl www.uokik.gov.pl

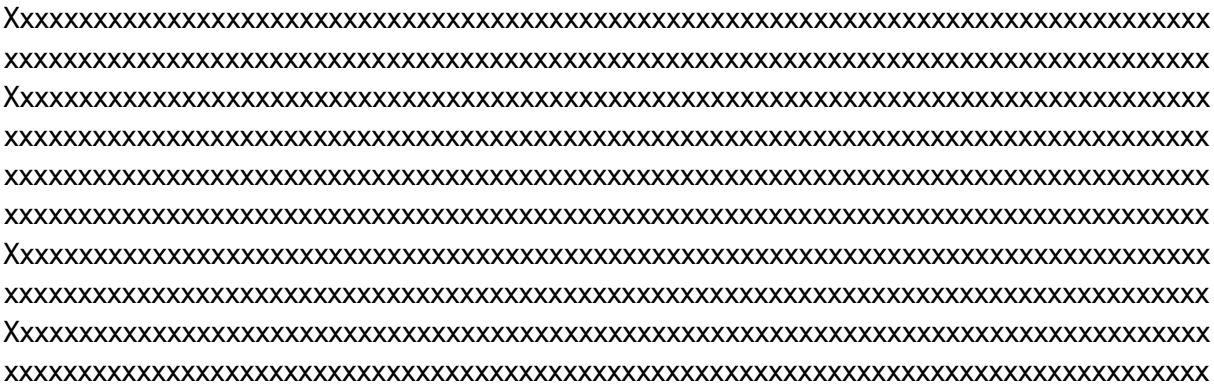
[39] Zasadniczym przedmiotem działalności prowadzonej przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx było oferowanie nieograniczonemu gronu konsumentów możliwości zakupu (poprzez link afiliacyjny) pakietu o nazwie „Elite” lub „Elite Pro” umożliwiających dostęp do Platformy Eaconomy. Komunikaty prezentowane przez Przedsiębiorcę we wskazanych serwisach świadczą o tym, że sukces i korzyści związane z udziałem nabywcy ww. pakietów w projekcie Eaconomy wiążą się przede wszystkim z efektywnym wykorzystaniem treści lub usług dostępnych na Platformie oraz z działalnością marketingową polegającą na pozyskiwaniu i utrzymywaniu użytkowników Platformy oraz budowaniu zespołu. Przedsiębiorca nie tylko prowadził działalność marketingową na rzecz Eaconomy, ale również zachęcał innych do dołączenia do jej zespołu, wskazując, że „biznes online” pozwolił jej na połączenie podróżowania po świecie z zarabianiem.

Grafika nr 18. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na Instagramie

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Zrzut ekranu 2025-05-22

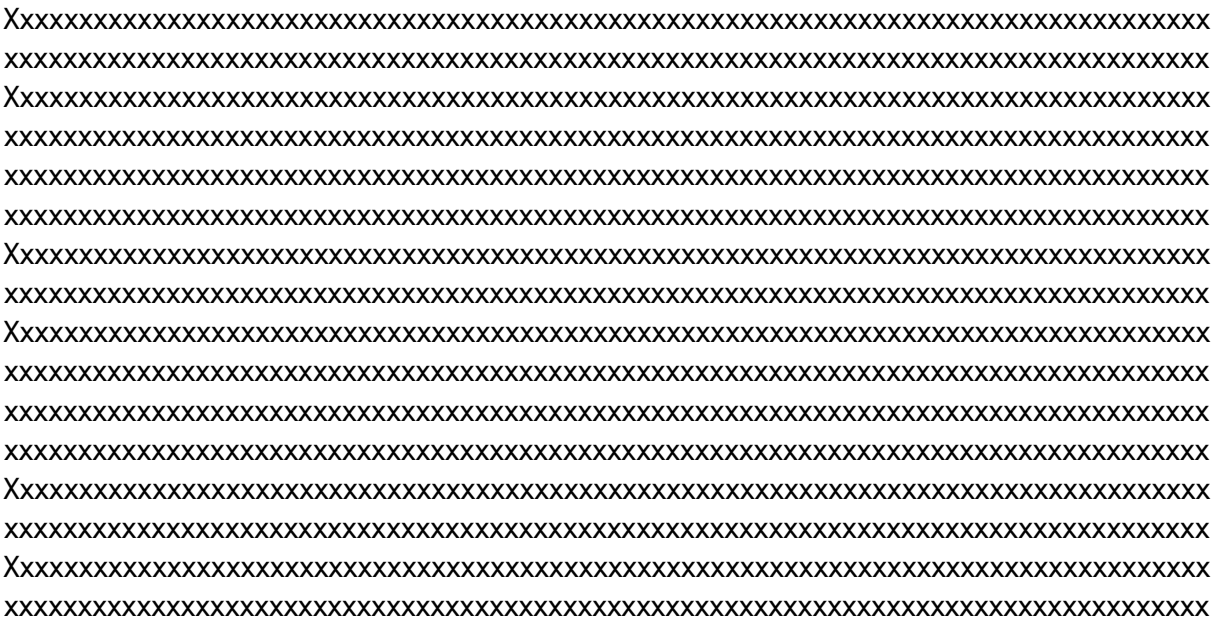
Grafika nr 19. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie TikTok



Źródło: zrzut ekranu 2025-02-20

[40] Co istotne, Xxxxxxxxxx xxxxxxx wyraźnie wskazywała w przekazywanych relacjach i komunikatach internetowych, że jej dochody wynikają z uczestnictwa w Platformie Eaconomy, w wyniku czego uzyskuje dwa rodzaje korzyści, to jest „dochód z tradingu”[8] oraz tzw. „dochód rezydualny”[9]. Prezentowane treści publikowane przez Przedsiębiorcę, miały na celu zaciekawienie obserwatora oraz nakłonienie do współpracy oraz bezpośredniego kontaktu z Przedsiębiorcą lub innym członkiem jego organizacji, a to w konsekwencji oznaczało faktyczne zaangażowanie konsumentów w produkt dostępny za pośrednictwem Platformy i udział w projekcie promocyjnym typu piramida.

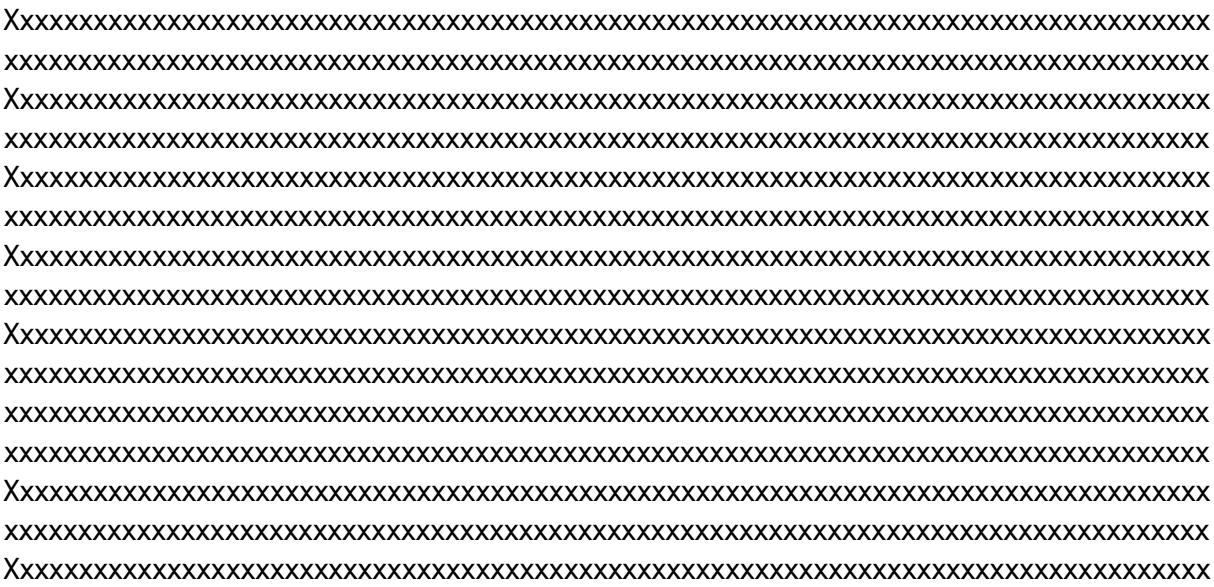
Grafika nr 20. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie Instagramie



Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23_07-40-08

Grafika nr 21. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie TikTok

[8] Zyski z kapitałów pieniężnych uzyskane przez inwestorów prywatnych (np. z inwestowania na giełdzie) za: https://www.pitax.pl/wiedza/poradnik-rozliczenia/kto-i-kiedy-powinien-zlozyc-pit-38/.
[9] Dochód rezydualny jest określony w Planie Wynagrodzeń jako *binary team commission*. W praktyce jest to stałe wynagrodzenie wypłacane w wysokości uzależnionej od osiągniętej rangi.



Źródło: zrzut ekranu 2025-02-20

Grafika nr 22. Zrzut ekranu – profil Xxxxxxxxxx xxxxxxx na platformie Instagram



Źródło: zrzut ekranu 2025-03-06

[41] Publikowany przez Przedsiębiorcę przekaz jednoznacznie wskazywał, że każdy – bez szczególnych kwalifikacji lub wiedzy - może osiągnąć „sukces finansowy” oraz

„wolność”, których przejawem jest m.in. rezygnacja z „pracy na etacie”. Podkreślano w przekazach, że dzieje się tak dzięki Platformie oraz współpracy z Przedsiębiorcą oraz Eaconomy. Ponadto, Xxxxxxxxxx xxxxxxx informowała użytkowników portali społecznościowych, że współpraca z Eaconomy umożliwiła jej zmianę życia poprzez osiąganie zarobków pozwalających na pokrycie kosztów zagranicznych podróży, co obrazują zamieszczone powyżej zrzuty z mediów społecznościowych należących do Xxxxxxxxxx xxxxxxx [patrz Grafiki 20-22].

[42] Należy podkreślić, że z wypowiedzi oraz treści graficznych i multimedialnych publikowanych przez Przedsiębiorcę nie wynika, że przez „biznes online” należy rozumieć przede wszystkim działalność marketingową, w wyniku której uzyskiwało się tzw. „dochód rezydualny”, którego wysokość była ściśle powiązana z uplasowaniem się przez uczestników w odpowiednim miejscu struktury projektu promocyjnego typu piramida i uzyskania określonej rangi w hierarchii. Wielokrotnie w przekazie pojawiają się informacje o dochodzie osiągniętym z tradingu.

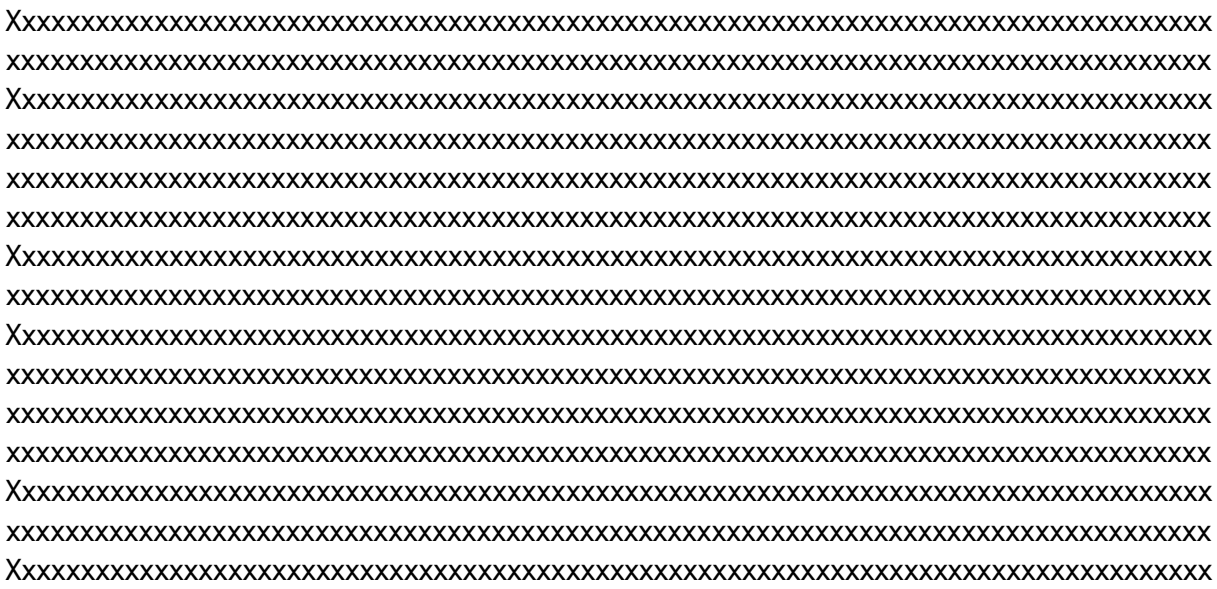
[43] W toku Postępowania Wyjaśniającego Prezes Urzędu skierował wezwanie do Xxxxxxxxxx xxxxxxx z żądaniem udzielenia informacji w przedmiocie korzyści materialnych, jakie uzyskała w związku z udziałem w działalności Platformy. Pismami z dnia 4 listopada 2024 r. oraz 14 lutego 2025 r. Przedsiębiorca udzieliła odpowiedzi, przekazując że za rok 2023 uzyskała korzyści finansowe w wysokości xxxxx USD, w tym, w okresie od rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej (tj. 17 sierpnia 2023 r.) do 31 grudnia 2023 r. – kwotę w wysokości xxxxx USD.

[44] W uwierzytelnionym rocznym zeznaniu podatkowym za 2023 rok PIT-36 wartość przychodu z pozarolniczej działalności gospodarczej Przedsiębiorca określiła w wysokości xxxxxxxxx zł, co odpowiada w przybliżeniu przychodowi jaki deklarowała w korespondencji do Prezesa Urzędu za okres od sierpnia do grudnia 2023 roku. Ponadto, Przedsiębiorca oświadczyła, że nie osiągnęła dochodu z tradingu w okresie od grudnia 2022 r. do stycznia 2025 r. – z wyłączeniem listopada 2024 r.
***Dowód**: Informacja uzyskana 1 października 2024r. od Naczelnika Urzędu Skarbowego w Limanowej, Karta 4-6;*

[45] W związku z powyższym Prezes Urzędu, przyjął że Xxxxxxxxxx xxxxxxx uzyskała za 2023 r. przychód w wysokości xxxxx USD określony jako dochód rezydualny z tytułu prowadzenia marketingu sieciowego (stanowiącym w istocie korzyść z budowy struktury dystrybucyjnej Eaconomy) i xxxx USD jako wynik z tradingu.

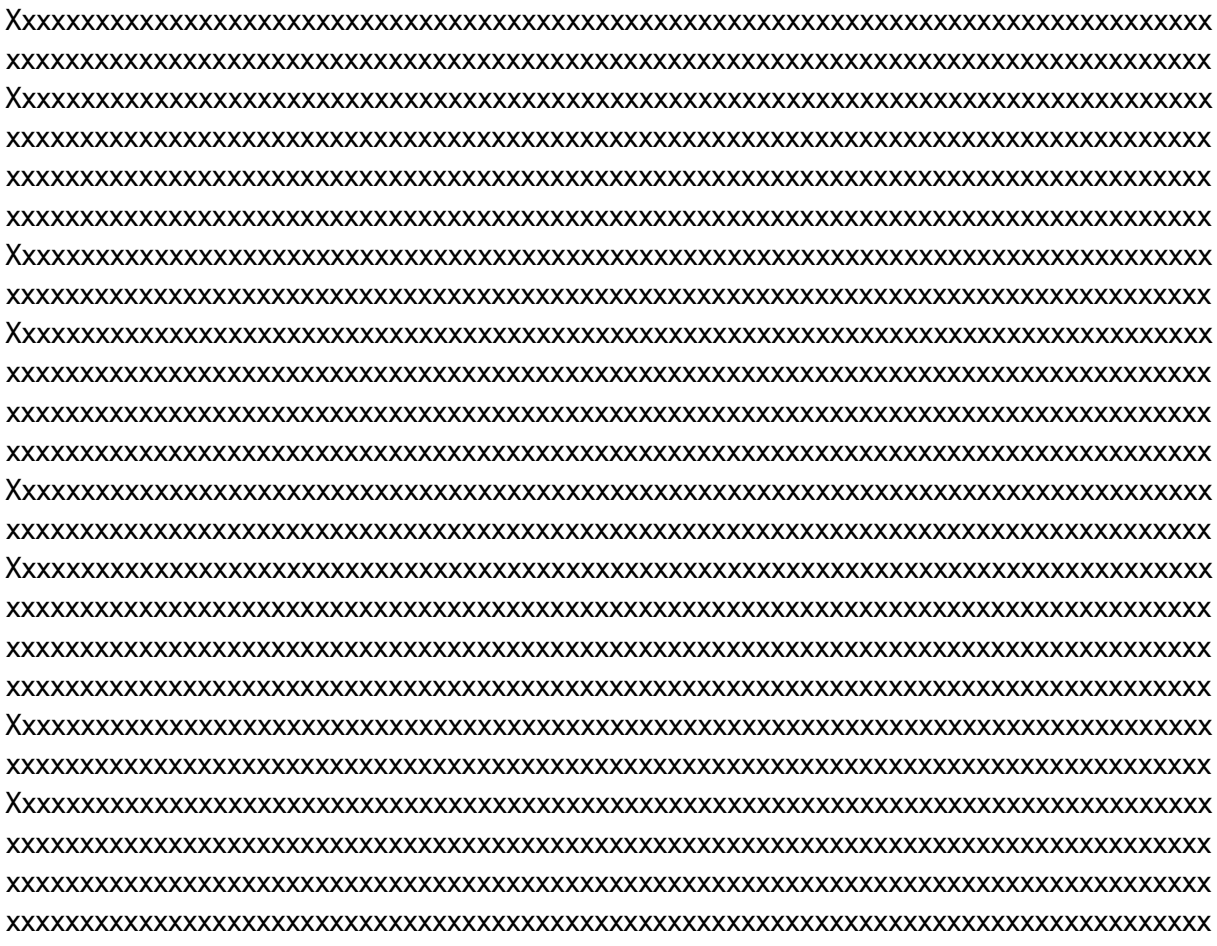
[46] Powyższe informacje stoją w sprzeczności z informacjami przekazywanymi konsumentom przez Przedsiębiorcę za pośrednictwem jej kanałów w mediach społecznościowych.

Grafika nr 23. Post opublikowany przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx w serwisie Instagram w dniu 13 listopada 2022 r. na koncie pod adresem: xxxxxxxxxx



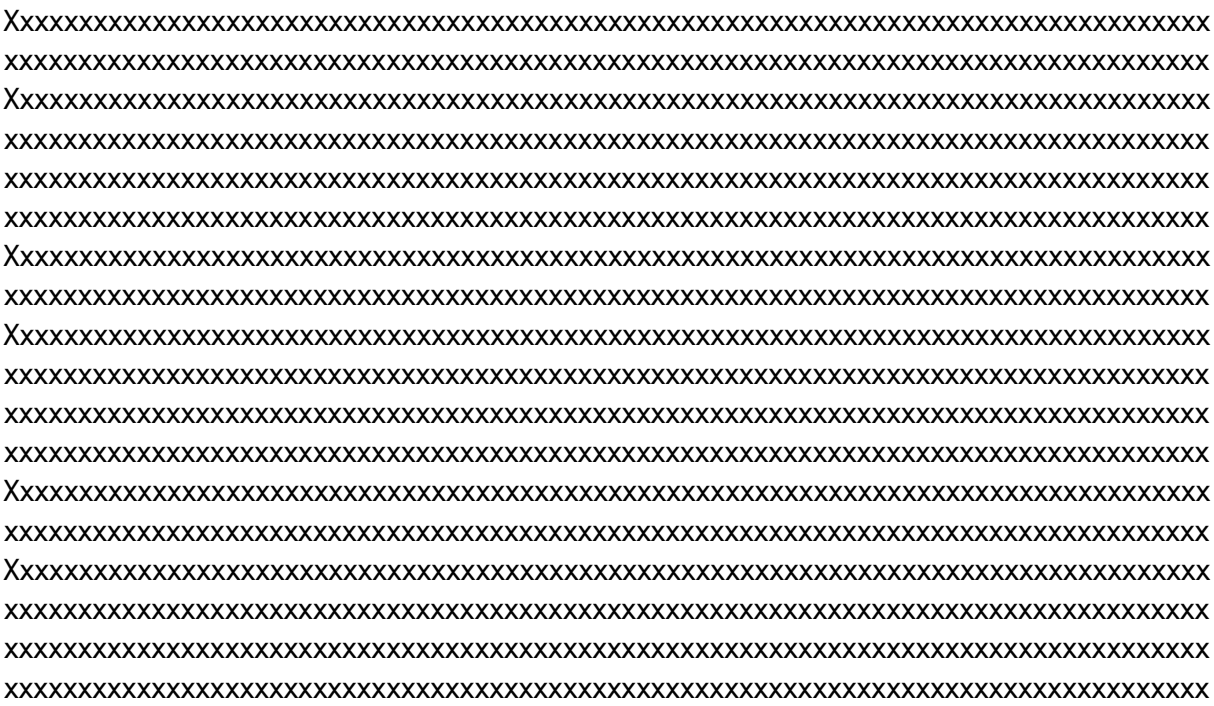
Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23

Grafika nr 24. Post opublikowany przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx w serwisie Instagram w dniu 17 maja 2023 r. na koncie pod adresem: xxxxxxxxxx



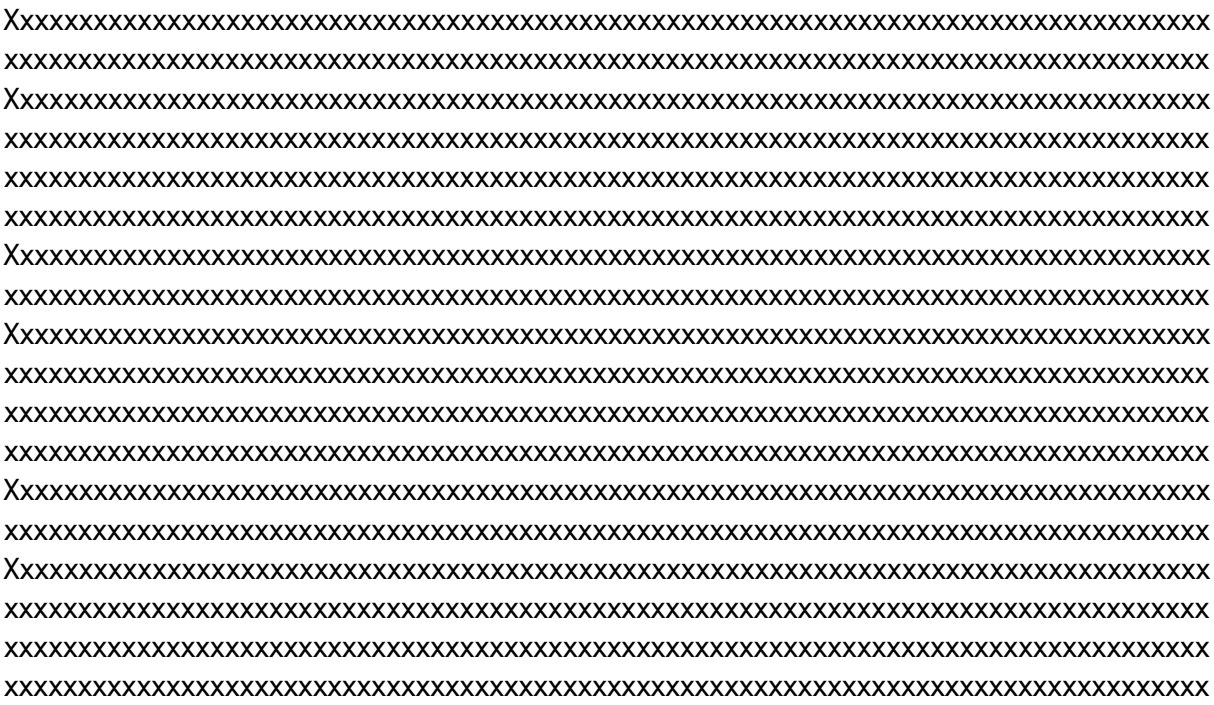
Źródło: zrzut ekranu 2024-09-20

Grafika nr 25. Post opublikowany przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx w serwisie Instagram w dniu 15 grudnia 2023 r. na koncie pod adresem xxxxxxxxxx



Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23

Grafika nr 26. Post opublikowany przez xxxxxxxxxxxxxxxx w serwisie Instagram w dniu 28 maja 2024 r. na koncie pod adresem xxxxxxxxxx



Źródło: zrzut ekranu 2025-01-23

[47] Na czterech powyższych grafikach, Przedsiębiorca informowała konsumentów o wysokości swoich zarobków, jednak w żadnym z postów w sposób wyraźny i nie budzący wątpliwości nie wskazała, iż jest to wyłącznie dochód uzyskany w wyniku pozyskiwania nowych osób w ramach marketingu sieciowego (network marketingu). Jak wynika z informacji przekazanych przez Przedsiębiorcę, w 2024 roku uzyskiwała ona dochód niemal wyłącznie z rekrutacji nowych uczestników Platformy a nie z tradingu.

[48] Wyjątek stanowi listopad 2024 r., w którym Przedsiębiorca uzyskała – zgodnie z deklaracją - dochód z inwestowania na rynkach finansowych za pomocą promowanej przez siebie Platformy Eaconomy w wysokości xxxx USD. Zaznaczyć, należy że nawet wówczas treść publikowanych na Instagramie instastories[10] zawierających informacje o wypłatach dokonanych z konta tradingowego różnią się od stanu faktycznego i wprowadzają konsumentów w błąd (Grafiki 23-26). Dochód wskazany Prezesowi Urzędu określany w wysokości xxxx USD odbiega od wysokości dochodów, o których Przedsiębiorca informowała na swoich kontach w serwisach społecznościowych, to jest wskazywanych jako „wypłaty z konta tradingowego".

Grafika nr 27. Informacja o wypłacie xxx USD.

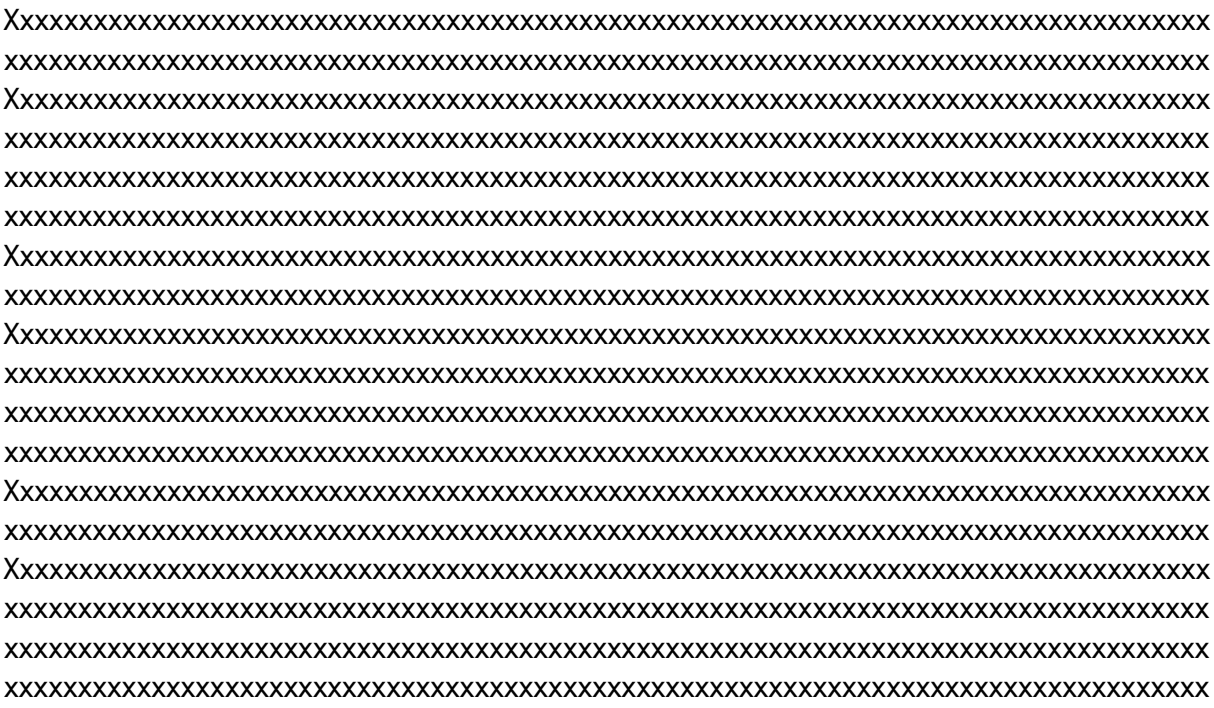
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Fragment instastories opublikowanych 24 listopada 2024r. na koncie xxxxxxxxxx

Grafika nr 28. Informacja o wypłacie xxx USD.

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

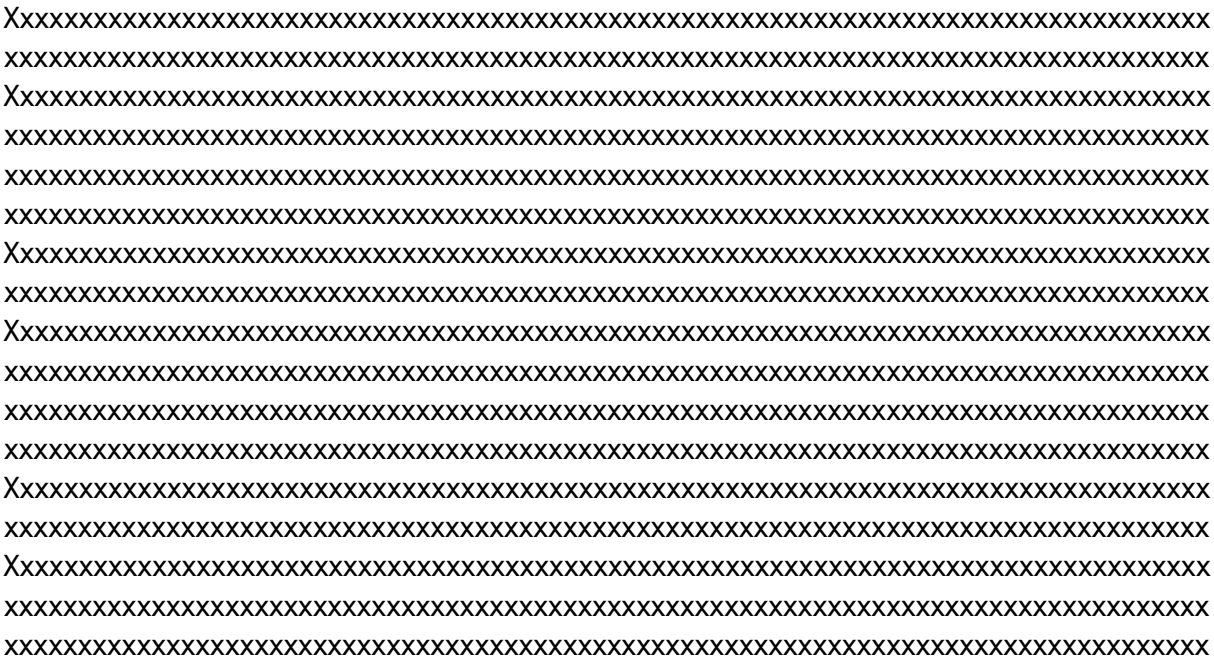
[10] Instastory (inaczej: story, stories, relacja, relacja na Instagramie) to jeden z dostępnych formatów publikowania treści na Instagramie, umożliwiająca dodanie zdjęcia, filmu, animacji czy też planszy z napisami. Pojedyncza relacja może trwać maksymalnie 15 sekund. Instastory są widoczne jedynie przez 24 godziny. [za: https://kompan.pl/co-to-jest/insta-story/ dostęp: 23.01.2025].



Źródło: Fragment instastories opublikowanych 29 listopada 2024 r. na koncie xxxxxxxxxx.

[49] W grudniu 2024 r. na platformie TikTok Przedsiębiorca zamieściła krótkie nagrania wideo (reelsy), w których opowiadała pomiędzy 0:00:00 a 0:00:14 nagrania, że *„normalnie się czuję jakbym wyszła z Matrixa, bo siedzę robię spotkania i zarabiam, i zarabiam jakieś pięćset, sześćset złotych, klikając w komputer przez coś co kiedyś zobaczyłam na tik toku”*.

Grafika nr 29. Zrzut ekranu z reels opublikowanego na platformie Tik Tok na koncie należącym do Xxxxxxxxxx xxxxxxx



Źródło: Fragmenty z reels zamieszczonego na platformie TikTok dnia 4 grudnia 2024 r.

[50] Tego samego dnia tj. 4 grudnia 2024 r. Xxxxxxxxxx xxxxxxx opublikowała informację o dochodzie w wysokości 225,41 USD mówiąc od 0:00:24 nagrania „*a to moje 225*”. Materiał w pierwszych czterech sekundach jest opatrzony napisem „*Średnio 1000 zl w kilka minut ze znajomymi*”.

Grafika nr 30. Zrzut ekranu z reels opublikowanego na platformie TikTok dnia 4 grudnia 2024 r. na koncie należącym do Xxxxxxxxxx xxxxxxx

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Zrzut ekranu [dostęp: 20.02.2025]

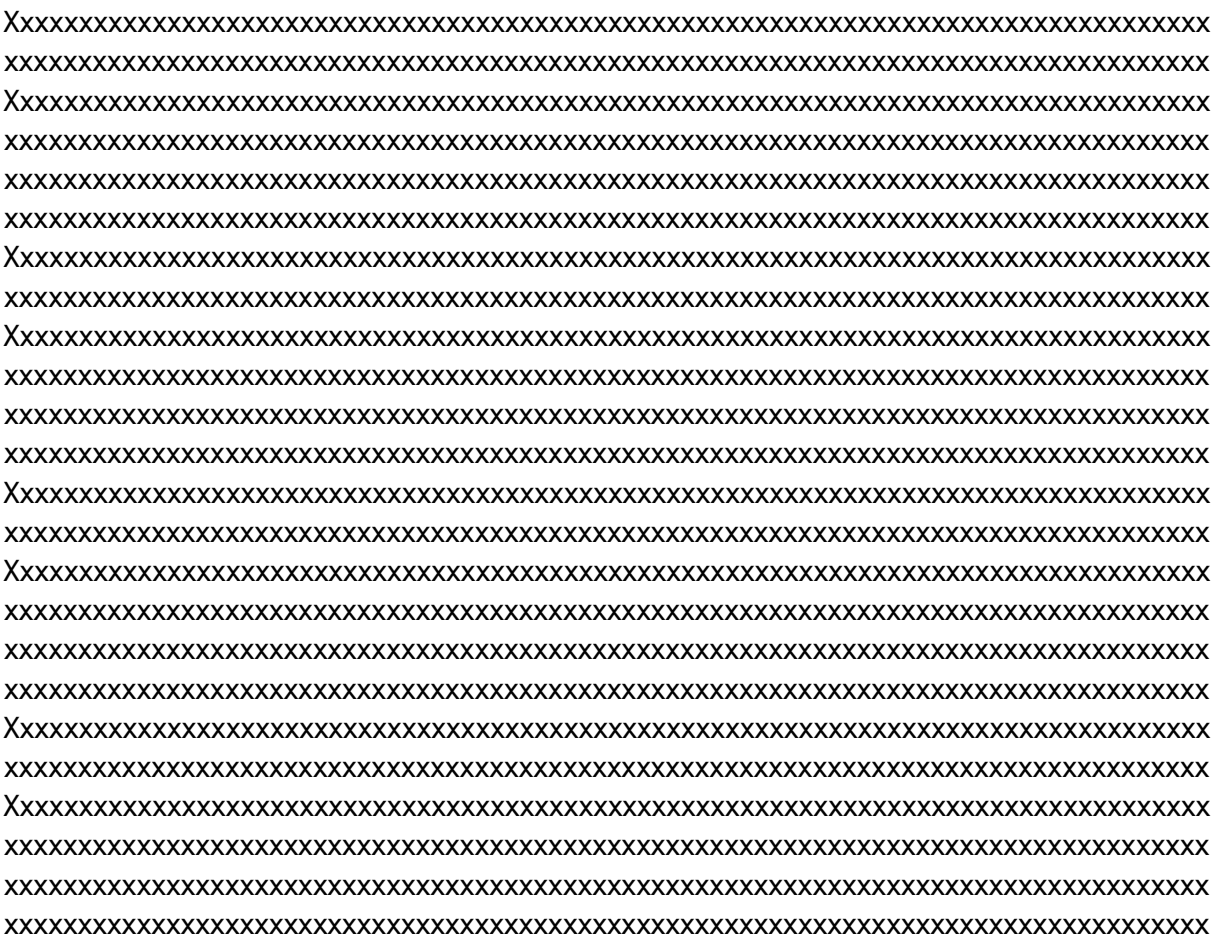
[51] W piśmie z dnia 14 lutego 2025 r. Przedsiębiorca wskazała, że w styczniu 2025 r. nie uzyskała dochodu z tradingu. Odmiennie jednak do tego stanowiska, Xxxxxxxxxx xxxxxxx poinformowała użytkowników serwisu Instagram, że dzięki dostępowi do Platformy można uzyskać „dodatkowe 1000 zł dziennie” [patrz grafika nr 31]. Praktyka polegająca na przekazywaniu użytkownikom niezgodnych z prawdą informacji o uzyskiwanych dochodach trwała nieprzerwanie, również po wszczęciu Postępowania Wyjaśniającego i skierowaniu przez Prezesa Urzędu wystąpień do Xxxxxxxxxx xxxxxxx.

Grafika nr 31. Informacja o wypłacie xxx USD.

Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: Fragment instastories opublikowanych 8 stycznia 2025r. na koncie xxxxxxxxxx

Grafika nr 32. Informacja o wypłacie xxx USD.



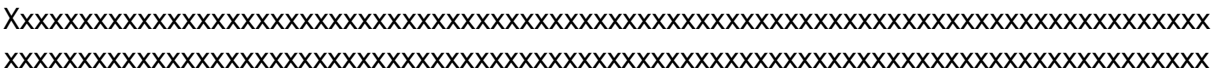
Źródło: Fragment instastories opublikowanych około 6 lutego 2025r. na koncie xxxxxxxxxx

[52] Podsumowując, z ustaleń Prezesa UOKiK wynika, że podstawowym celem Przedsiębiorcy oraz innych osób działających w ramach 1 Vision Polska było budowanie i utrzymanie jak najliczniejszej struktury dystrybucyjnej wskazanego projektu oraz zdobycie jak najwyższej rangi w ramach Planu Wynagrodzeń Eaconomy, a nie wykorzystanie narzędzi i informacji dostępnych na Platformie i wchodzących w skład pakietów „Elite Pack" i „Elite Pro Pack". Mając powyższe na uwadze należy uznać, że Przedsiębiorca propagowała program partnerski Eaconomy, który w ocenie Prezesa UOKiK stanowi system promocyjny typu piramida.

[53] W tym miejscu należy ponownie podkreślić, że działania Eaconomy były w przeszłości przedmiotem zainteresowania zagranicznych organów nadzoru sektorowego lub ochrony konsumentów. Zagadnienie to omówiono w akapitach 25-28 niniejszej decyzji.

[54] Xxxxxxxxxx xxxxxxx poinformowała w lutym 2025 r. w mediach społecznościowych, iż odchodzi z Platformy Eaconomy. Ponadto, w odpowiedzi na wystąpienie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca w piśmie z dnia 13 października 2025 r. wskazała, że od dnia 23 lutego 2025 r. nie współpracuje z podmiotem Eaconomy LLC.

Grafika nr 35. Fragment instastories opublikowanych 25 lutego 2025 r. na koncie xxxxxxxxxx



Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Źródło: zrzut ekranu [dostęp: 25 luty 2025 r.]

[55] W świetle powyższych ustaleń, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje, iż działalność Xxxxxxxxxx xxxxxxx związana z propagowaniem podmiotu Eaconomy LLC została zaniechana z dniem 23 lutego 2025 r.

[56] Podkreślić należy, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx wprawdzie zaniechała promowania Platformy Eaconomy w lutym 2025 r. jednak następnie przystąpiła do promowania projektu Jifu, którego system dystrybucji potencjalnie może stanowić system promocyjny typu piramida[11].

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

<u>Ad pkt I sentencji decyzji</u> – praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów

Naruszenie interesu publicznego

[57] Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, 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.

Podstawowym warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów jest

[11] https://uokik.gov.pl/na-tropie-systemow-promocyjnych-typu-piramida-prezes-uokik-sprawdza

zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorcy – naruszające przepisy tej ustawy – stanowią potencjalne zagrożenie dla interesu publicznego.

[58] Interpretacja pojęcia interesu publicznoprawnego, wymaga odniesienia do ukształtowanego w tym zakresie orzecznictwa, zgodnie z którym naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce, gdy naruszenie będzie skierowane do szerokiego, nieokreślonego kręgu podmiotów[12]. W opisywanej sytuacji mamy do czynienia z naruszeniem zbiorowego interesu konsumentów stanowiącego „rodzaj" („część") interesu publicznego, a zatem nie służącego ochronie indywidualnego (prywatnego) interesu poszczególnych osób, lecz pewnego, nieokreślonego kręgu podmiotów.

[59] W niniejszej sprawie interes publiczny ulegał naruszeniu w związku z działaniami Xxxxxxxxxx xxxxxxx polegającymi na 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 korzystania z sygnałów generowanych przez aplikacje dostępne za pośrednictwem Platformy Eaconomy oraz wiedzy zdobytej za jej pośrednictwem (por. pkt I.1. sentencji decyzji) a także poprzez wprowadzanie konsumentów w błąd co do rzeczywistych dochodów otrzymywanych z tego rodzaju działalności (por. pkt I.2. sentencji decyzji). 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 a także korzyści.

[60] 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. System promocyjny o cechach piramidy, 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. Z kolei działalność Przedsiębiorcy polegająca na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji w serwisach społecznościowych o wysokości dochodów uzyskanych w wyniku inwestowania na rynkach finansowych dzięki dostępowi do Platformy wprowadza potencjalnych nabywców w błąd. Tego typu działania, wykorzystujące asymetrię informacji oraz świadomie kreujące nieprawdziwy obraz legalności przedsięwzięcia oraz jego korzyści ekonomicznych, w oczywisty sposób naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów

[61] Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.; dalej także: „uokk"), zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 uokk przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. W związku z powyższym, dla uznania zachowania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem

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

stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1) kwestionowane zachowanie jest zachowaniem przedsiębiorcy,

2) zachowanie to jest bezprawne,

3) zachowanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Przedsiębiorcy, którego skutkiem było stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej w postaci promowania systemu typu piramida (por. pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji) oraz rozpowszechniania nieprawdziwych informacji o wysokości dochodów Przedsiębiorcy (por. pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji), wyczerpuje przesłanki naruszenia interesu publicznego i uzasadnia ingerencję organu na podstawie przepisów ww. ustawy).

1) Status przedsiębiorcy:

[62] Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokk, 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).

[63] Jak wynika z informacji zawartych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej Xxxxxxxxxx xxxxxxx prowadzi działalność gospodarczą pod firmą: Xxxxxxxxxx xxxxxxx w Mszanie Dolnej (NIP: xxxxxxxxxx). Przedmiotem przeważającej działalności Przedsiębiorcy jest działalność agencji reklamowych. Przedmiot pozostałej działalności Xxxxxxxxxx xxxxxxx dotyczy:

1) działalności wspomagającej edukację,

2) pozostałej działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej, gdzie indziej niesklasyfikowanej,

3) pozostałego doradztwa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania.

[66] W orzecznictwie akcentuje się, że do istotnych cech działalności gospodarczej zaliczyć należy jej zawodowy (stały) charakter, powtarzalność podejmowanych działań, przyporządkowanie zasadzie racjonalnego gospodarowania i uczestnictwo w obrocie gospodarczym (por. uchwała Sądu Najwyższego z 6 grudnia 1991 r., sygn. akt III CZP 117/91, wyrok Sądu Najwyższego z 11 października 1996 r., sygn. akt III RN 4/96).

[67] Xxxxxxxxxx xxxxxxx prowadziła działalność marketingową propagującą Eaconomy w oparciu o prowadzone przez siebie konta w internetowych serwisach społecznościowych Instagram oraz TikTok: https://www.instagram.com/xxxxxxxx/ i https://www.tiktok.com/xxxxxxxxxxxxx, webinary organizowane przede wszystkim na platformie Zoom, a także za pośrednictwem ogólnodostępnej strony internetowej

1vision.com.pl - dostępnej dla konsumentów co najmniej od stycznia 2024 r.[13]. Wykorzystywane przez Przedsiębiorcę konta w serwisach społecznościowych obserwowało odpowiednio xxx tys. i xxx tys. osób[14].

[68] Działalność ta miała charakter:

- zorganizowany – prowadzona była za pośrednictwem treści publikowanych na ww. serwisach społecznościowych, webinarów na platformach służących do organizowania wideokonferencji, czy strony internetowej 1vision.com.pl, ale też materiałów promocyjnych oraz w związku z umiejscowieniem Przedsiębiorcy w wielopoziomowej strukturze dystrybucyjnej;
- ciągły – działalność promująca oraz marketingowa funkcjonowała w sposób trwały co najmniej od listopada 2022 r. i oparty na powtarzalnych mechanizmach i technikach, przy regularnym użyciu stale aktualizowanych treści umieszczanych z wykorzystaniem określonych narzędzi elektronicznych;
- zarobkowy – konsument po dokonaniu płatności za subskrypcję usług oraz, w zamian za pozyskiwanie nowych członków, mógł uzyskiwać korzyści majątkowe, przy czym część z nich uzyskiwała Xxxxxxxxxx xxxxxxx – jako osoba usytuowana w określonym miejscu w strukturze projektu i także z tego tytułu czerpiąca korzyści.

[69] Działalność prowadzona przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx była kierowana przede wszystkim do konsumentów na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Potwierdzają to treści materiałów reklamowych, wypowiedzi Przedsiębiorcy, jak również zgłoszenia i skargi składane przez polskich konsumentów.

[70] Powyższe ustalenia wskazują, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx 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 Przedsiębiorcę 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.

2) Sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami:

[71] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów każde działanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami stanowi podstawę do przypisania mu odpowiedzialności za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Sprzeczność z prawem obejmuje wszelkie zachowania niezgodne z przepisami prawa powszechnie obowiązującego, w tym w szczególności regulującymi rynek konsumencki, którymi są przede wszystkim uokk oraz ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845; dalej także: „upnpr"), natomiast klauzula dobrych obyczajów, mająca charakter klauzuli generalnej, podlega konkretyzacji w okolicznościach faktycznych danej sprawy.

[72] Jak wskazuje się w doktrynie (por. A. Stawicki, E. Stawicki, "Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz", 2019), dobre obyczaje oznaczają standardy

[13] Zgodnie z informacją z Krajowego Rejestru Domen ww. witrynę utworzono w dniu 24.12.2024 r.; za: https://www.dns.pl/whois stan na dzień 23 stycznia 2025 r.
[14] Stan na dzień 20 lutego 2025r.

etyczne właściwe dla uczciwego obrotu gospodarczego, nakazujące przedsiębiorcy postępowanie zgodnie z zasadami lojalności, uczciwości i rzetelności wobec konsumenta. Wymóg ten nabiera szczególnego znaczenia w relacji przedsiębiorca-konsument, charakteryzującej się asymetrią informacji i pozycji negocjacyjnej.

Ad pkt I.1. sentencji decyzji – propagowanie systemu promocyjnego typu piramida

[73] W przypadku Xxxxxxxxxx xxxxxxx bezprawność działania określonego w pkt I.1.sentencji decyzji wynika wprost z naruszenia zakazu określonego w art. 7 pkt 14 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, który przewiduje zakaz zakładania, prowadzenia lub propagowania systemów promocyjnych typu piramida. Ponadto, wskazane zachowanie Przedsiębiorcy naruszało art. 24 ust. 2 pkt 3 uokk, penalizujący stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

[74] W świetle powyższego, działania Xxxxxxxxxx xxxxxxx, polegające na oferowaniu programu partnerskiego o strukturze odpowiadającej mechanizmowi projektu promocyjnego typu piramida, należy uznać za sprzeczne zarówno z obowiązującym porządkiem prawnym, jak i dobrymi obyczajami obrotu gospodarczego. Przedsiębiorca, formułując swoją ofertę, był zobowiązany do przestrzegania wynikającego z prawa powszechnie obowiązującego zakazu propagowania systemów promocyjnych typu piramida.

Propagowanie systemu promocyjnego typu piramida

[75] Należy jednocześnie 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. 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.

[76] W ramach systemu promocyjnego typu piramida konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania wynagrodzenia, które jest uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów. 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.*[15] 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.

[77] Decyzją nr RGD-1/2026 z dnia 16 lutego 2026 r. Prezes Urzędu uznał, że działalność Eaconomy LLC spełnia znamiona praktyki, określonej w art. 7 pkt 14 upnpr. Program afiliacyjny został opisany w akapicie [10] niniejszej decyzji i następnych.

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

[78] Zdaniem Prezesa Urzędu, zważywszy na dowody zgromadzone w niniejszym postępowaniu, działania Xxxxxxxxxx xxxxxxx wskazują, że propagowała ona, zorganizowany przez Eaconomy LLC, system promocyjny typu piramida.

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

a) Przedsiębiorca musi propagować określony system promocyjny:

Zorganizowany przez Eaconomy LLC program partnerski, został stworzony w celu motywowania uczestników do promocji Platformy Eaconomy oraz nabywania dostępów do niej w postaci pakietów pod nazwami „Elite Pack" lub „Elite Pro Pack". Po rejestracji, opłaceniu wykupieniu zestawu afiliacyjnego (29 USD) i zakupie jednego z wymienionych pakietów, partner afiliacyjny miał możliwość uzyskania prowizji bezpośredniej od osób, które zarejestrowały się na platformie eaconomy.io lub eaconomy.best za pośrednictwem jego linku referencyjnego i wykupiły jeden z ww. pakietów, jak również prowizji związanej z budowaniem struktury.

Xxxxxxxxxx xxxxxxx brała udział w programie partnerskim Eaconomy. W tym miejscu należy podkreślić, że program partnerski oraz sposób dystrybucji pakietów był immanentnym elementem całego projektu. Bez linku referencyjnego Partnera (tu: Xxxxxxxxxx xxxxxxx) nie można było nabyć pakietu. Każdy użytkownik był przypisany do struktury dystrybucyjnej. Pozyskanie osobiście wyłącznie jednego uczestnika Programu Partnerskiego umożliwiało uzyskiwanie prowizji z wielopoziomowej struktury oraz nagród w związku z osiągniętą rangą. Przedsiębiorca profesjonalnie zajmował się działaniami marketingowymi, mając na celu sprzedaż jak największej liczby pakietów w ramach tworzonej struktury. Korzyści, uzyskane przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx pochodziły z działalności marketingowej oraz udziału w Programie Partnerskim, a nie samego inwestowania w akcje, opcje, Forex, ETF etc. czyli tzw. tradingu, co było przedmiotem treści edukacyjnych wskazanych w nabywanych przez konsumentów ww. pakietach. Przedsiębiorca nie tylko promował markę „Eaconomy", ale przede wszystkim zachęcał do zakupu pakietów. Poprzez swoje działania w mediach społecznościowych, na zarządzanych przez siebie profilach w Instagramie i TikToku a także w trakcie wydarzeń stacjonarnych, czy przez treści ujawnione na stronie grupy 1 Vision Polska Xxxxxxxxxx xxxxxxx promowała Platformę Eaconomy i zachęcała do inwestycji w produkty udostępniane przez Spółkę.

Xxxxxxxxxx xxxxxxx, zgodnie z Planem Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan*), osiągnęła rangę Icon x, co oznacza, że w jej strukturze było co najmniej xxx osób, a jej przychód z tego tytułu osiągnął w okresie od grudnia 2022 r. do stycznia 2025 r. xxxxxx USD[16].

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

Na wstępie należy rozstrzygnąć, czy osoby, do których Spółka Eaconomy kierowała ofertę udziału w opracowanym modelu zarobkowym, a więc potencjalnych Niezależnych Partnerów Oprogramowania lub Niezależnych Partnerów posiadają

[16] Zgodnie z informacją przekazaną przez Przedsiębiorcę w piśmie z dnia 4 listopada 2024 r. oraz 14 lutego 2025 r.

przymiot konsumenta. Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu, nabywcą ww. pakietów oraz Partnerem mógł być konsument. Aby stać się Partnerem, zarejestrowany użytkownik Platformy musiał opłacić opłatę członkowską w wysokości 29 USD oraz kupić pakiet „Elite Pack" lub „Elite Pro Pack" za co najmniej 99 USD lub 149 USD (w pierwszym miesiącu 149 USD lub 235 USD) – wykonywał więc świadczenie za możliwość uzyskania korzyści materialnych określonych w Zasadach i Warunkach (ang. *Terms and Conditions*) oraz Poradniku Planu Wynagrodzeń (ang. *Rewards Plan Handbook*).

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

Istotą omawianej praktyki rynkowej jest zachęcanie innych osób do udziału w strukturze dystrybucyjnej, której to propozycji towarzyszy obietnica korzyści w zamian za pozyskanie kolejnego uczestnika. Takie cechy posiada omawiany program afiliacyjny. Wynagrodzenie i profity są uzależnione od wpłat za zakup pakietów przez kolejne osoby przystępujące do struktury dystrybucyjnej. Plan Wynagrodzeń przewidywał możliwość zarabiania i otrzymywania korzyści w związku z budowaniem struktury.

[80] Podsumowując i uwzględniając wszystkie okoliczności sprawy uznać należy, że Przedsiębiorca propagował założony przez Eaconomy system promocyjny typu piramida, w którym korzyści dla osoby polecającej wynikały przede wszystkim z wpłat nowych użytkowników, co jest nieuczciwą praktyką rynkową zabronioną w każdych okolicznościach.

[81] Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 uokk Prezes Urzędu orzekł tym samym jak w pkt I.1 sentencji decyzji, stwierdzając jednocześnie, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx zaprzestała stosowania ww. praktyki z dniem 23 lutego 2025 r.

Ad pkt I.2 sentencji decyzji – rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji

[82] Odnośnie praktyki stwierdzonej w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji na wstępie wskazać należy, że zgodnie z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów jest uznawana za nieuczciwą, jeżeli pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami i jednocześnie w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta – w szczególności poprzez wprowadzanie w błąd co do cech, korzyści lub ryzyka związanego z oferowaną usługą.

[83] W niniejszej sprawie materiał dowodowy zebrany przez Prezesa Urzędu wskazuje, że Przedsiębiorca w swoich publikacjach – zarówno na platformie TikTok, jak i na Instagramie – prezentowała informacje sugerujące uzyskiwanie wysokich dochodów, jakoby dzięki inwestowaniu na rynkach finansowych przy użyciu aplikacji i narzędzi edukacyjnych dostępnych na zasadzie odpłatnej subskrypcji za pośrednictwem Platformy Eaconomy. Xxxxxxxxxx xxxxxxx nie ujawniała przy tym, iż rzeczywistym źródłem tych przychodów była jednak nie tyle wiedza pozyskana z treści informacyjnych dostępnych przez wskazane narzędzia edukacyjne, pozwalająca w szczególności na skuteczne inwestowanie online (trading), ale działalność rekrutacyjna

w ramach tzw. Planu Nagród, opartego na mechanizmie typowym dla systemów sprzedaży wielopoziomowej, opartego na pozyskiwaniu nowych uczestników.

[84] Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że faktyczne źródło przychodu Przedsiębiorcy stanowiła przede wszystkim działalność polegająca na tworzeniu i rozwijaniu struktury partnerskiej. Jedynie incydentalnie, w listopadzie 2024 r., odnotowano dochód związany z tradingiem w wysokości xxxx USD. Mimo to, w okresie od grudnia 2023 r. do września 2024 r. Przedsiębiorca przedstawiała na swoich profilach w serwisach społecznościowych treści, w których wskazywała łączną wartość zarobków sięgającą ponad 220.000 zł, posługując się sformułowaniami takimi jak: „wypłaty z konta tradingowego", „średnio 1.000 zł w kilka minut" – jednoznacznie wskazujących na korzyści pochodzące z produktów udostępnianych przez Platformę.

[85] Działanie polegające na selektywnym prezentowaniu informacji o korzyściach ekonomicznych oraz pomijaniu danych istotnych z punktu widzenia decyzji konsumenta wpisuje się w katalog praktyk wprowadzających w błąd. Informacje przekazywane przez Przedsiębiorcę mogły bowiem kreować w świadomości odbiorców fałszywe przekonanie o oferowanej usłudze i skłaniać przeciętnego konsumenta do podjęcia decyzji dotyczącej umowy (np. przystąpienia do Platformy) w przekonaniu, że działalność inwestycyjna przynosi znaczące, szybkie i pewne zyski – co jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego nie miało miejsca.

Wprowadzenie w błąd co do rzeczywistego źródła dochodów

[86] Zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr za wprowadzającą w błąd uznaje się w szczególności praktykę polegającą na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji. W przypadku analizowanych publikacji nieprawdziwe były twierdzenia lub sugestie, jakoby dochody Przedsiębiorcy pochodziły z inwestowania na rynku finansowym. Faktycznie były to dochody z rekrutacji uczestników Programu Partnerskiego, co potwierdzają informacje przedstawione przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx w pismach z dnia 4 listopada 2024 r. oraz 14 lutego 2025 r.

[87] Tego rodzaju przekaz – budujący wizerunek osoby odnoszącej sukces finansowy dzięki inwestycjom oraz narzędziom edukacyjnym dostępnym za pośrednictwem Platformy – miał istotne znaczenie marketingowe i mógł wywołać u odbiorców błędne przekonanie o łatwości i pewności osiągania podobnych zysków. W rezultacie konsumenci mogli podejmować decyzje ekonomiczne w oparciu o nierzetelne dane, co wypełnia przesłanki określone w art. 5 ust. 1 upnpr.

Model przeciętnego konsumenta

[88] Na potrzeby praktyki wskazanej w pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu przeprowadził analizę modelu przeciętnego konsumenta. Na wstępie wskazać należy, że zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta należy rozumieć osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna. Oceny tego modelu dokonuje się, uwzględniając ogół czynników społecznych, kulturowych, językowych oraz przynależności konsumenta do szczególnej grupy podatnej na oddziaływanie praktyki rynkowej. Pojęcie to znajduje umocowanie w bogatym orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej także: „TSUE") oraz w krajowym orzecznictwie sądowym.

[89] Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w wyroku z dnia 16 kwietnia 2015 r. w sprawie C-388/13 (UPC Magyarország Kft.), jak i wcześniejszym orzeczeniu w sprawie C-210/96 (Gut Springenheide i Tusky), ukształtował standard przeciętnego konsumenta jako osoby rozważnej, dostatecznie zorientowanej i posiadającej umiejętność przyswajania podstawowych informacji przekazywanych w toku praktyki rynkowej. TSUE wskazał, że poziom uwagi konsumenta różni się w zależności od rodzaju towaru lub usługi oraz od okoliczności zawierania transakcji.

[90] W świetle tych wytycznych oraz doświadczenia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w niniejszej sprawie model przeciętnego konsumenta musi zostać określony z uwzględnieniem specyfiki działalności Eaconomy LLC, której produkty promował Przedsiębiorca Spółka kierowała swoją ofertę do szerokiego grona konsumentów zainteresowanych zdobyciem wiedzy inwestycyjnej oraz uczestnictwem w programie partnerskim umożliwiającym generowanie dochodów poprzez budowanie własnej struktury dystrybucyjnej w ramach systemu promocyjnego typu piramida.

[91] Charakter usług oferowanych przez Eaconomy, obejmujących szkolenia z zakresu inwestycji w rynki finansowe, w tym kryptowaluty i Forex, a także możliwość osiągania zysków przez rekrutację nowych uczestników, wymagał od przeciętnego konsumenta znajomości mechanizmów rynku finansowego. Jednakże, jak wynika z analizy przekazów marketingowych Spółki, oferta była formułowana w sposób odwołujący się do emocji, prostoty osiągania dochodu oraz niskiego progu wejścia w system. Identyczny charakter miały przekazy informacyjne kreowane przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx, która w tym celu wykorzystywała swój wizerunek oraz zasięgi zarządzanych przez siebie kanałów na mediach społecznościowych.

[92] W związku z powyższym, przeciętny konsument na potrzeby ww. praktyki to osoba, która była nastawiona na korzystanie z ofert edukacyjnych lub możliwości inwestycyjnych w celu poprawy swojej sytuacji finansowej, jednakże nie posiadała specjalistycznej wiedzy z zakresu finansów i inwestycji, chcąc ją pogłębić nabywając oferowane przez Spółkę pakiety edukacyjne, co było promowane przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx. Konsument ten uznaje, że przekaz marketingowy Przedsiębiorcy dotyczący źródeł jej dochodów jest prawdziwy, rzetelny, jasny, przejrzysty i uczciwy.

[93] W praktyce kluczowym elementem przekazu informacyjnego było zachęcenie przeciętnego konsumenta do udziału w projekcie, w którym wynagrodzenie było w istocie uzależnione od liczby wprowadzonych do systemu nowych uczestników, jednocześnie stwarzając wrażenie, że działalność Xxxxxxxxxx xxxxxxx chwalącej się swoimi wysokimi wynagrodzeniami uzyskanymi dzięki projektowi mama swoje źródło w legalnej i dochodowej działalności edukacyjno-inwestycyjnej. Tymczasem w rzeczywistości mechanizm ten był systemem promocyjnym typu piramida w rozumieniu art. 7 pkt 14 upnpr – zabronioną w każdych okolicznościach nieuczciwą praktyką rynkową.

[94] Zgodnie z orzeczeniem TSUE w sprawie C-515/12 (4finance), przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że przedsiębiorca udziela pełnej, prawdziwej i rzetelnej informacji o charakterze oferowanych usług i potencjalnych ryzykach z nimi związanych. Brak takich informacji lub ich zniekształcenie może prowadzić do wprowadzenia w błąd i naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

[95] Wobec powyższego, praktyka Xxxxxxxxxx xxxxxxx należy do kategorii nieuczciwych praktyk rynkowych wprowadzających w błąd, określonych w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 upnpr. Działania te mają wpływ na decyzje przeciętnego konsumenta dotyczące przystąpienia do programu partnerskiego, które byłyby inne, gdyby nie został wprowadzony w błąd co do rzeczywistego charakteru tego modelu oraz związanych z nim ryzyk.

[96] W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że w rozpatrywanej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do przypisania Spółce stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w pkt I.2. sentencji, stwierdzając, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx zaprzestała stosowania ww. praktyki z dniem 23 lutego 2025 r.

3) Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów:

[97] 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.

[98] 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.

[99] W niniejszej sprawie działania Xxxxxxxxxx xxxxxxx dotyczyły nieograniczonego kręgu konsumentów z uwagi na fakt, że działalność Przedsiębiorcy kierowana była do nieoznaczonego kręgu odbiorców, w szczególności korzystających z jej kanałów w mediach społecznościowych. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą zatem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna. W efekcie działań Przedsiębiorcy naruszone zostały interesy ekonomiczne konsumentów, którzy zakupili pakiety edukacyjne, zwabieni obietnicą uzyskania ponadprzeciętnych dochodów z inwestowania. Ponadto, w efekcie działań Przedsiębiorcy naruszone zostało prawo konsumentów do pełnej i rzetelnej informacji, co także mogło wpłynąć na decyzję konsumenta o zakupie pakietów edukacyjnych dostępnych przez Platformę, co narusza jego pozaekonomiczne interesy. Gdyby konsument wiedział, że wymierne korzyści można osiągnąć wyłącznie poprzez działalność marketingową – działając jako uczestnik Programu Partnerskiego, zaś

dostarczone na Platformie informacje w zakresie Forex czy kryptoaktywów mają charakter ogólny i podstawowy, mógłby nie zdecydować się na ofertę Eaconomy. Stanowisko Prezesa Urzędu dotyczące Platformy potwierdzają również działania organów nadzoru z innych państw, które wskazują jednoznacznie na nielegalną działalność Platformy, co także nie powinno być obojętne dla Przedsiębiorcy prowadzącego tego rodzaju działalność. W ocenie Prezesa Urzędu świadczone przez Eaconomy usługi i sprzedaż pakietów edukacyjnych mają wyłącznie charakter iluzoryczny, zaś podstawowym elementem projektu jest budowanie i utrzymanie struktury sprzedażowej przez uczestników Programu Partnerskiego.Mając na względzie przytoczone wyżej uzasadnienie, należy stwierdzić, iż działania Xxxxxxxxxx xxxxxxx wskazują na naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

[100] Zgodnie z art. 727 ust. 22 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 stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

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

<u>Ad pkt II sentencji decyzji</u> - środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

[102] Na podstawie art. 26 ust. 1 i 2 w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu zobowiązał Przedsiębiorcę do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez opublikowanie stosownego Oświadczenia na kontach w mediach społecznościowych administrowanych przez Przedsiębiorcę.

[103] Istotą opisywanej w niniejszej decyzji praktyki jest działanie wprowadzające w błąd, które zalicza się do katalogu nieuczciwych praktyk rynkowych dlatego, zdaniem Prezesa UOKiK, zasadnym jest poinformowanie przez Przedsiębiorcę o tych nieuczciwych praktykach w celu wyeliminowania stanu niewiedzy na temat ich niedozwolonego charakteru, w szczególności, że stosowanie tych praktyk doprowadziło do naruszenia interesu ekonomicznego konsumentów, którzy zwabieni przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx zainwestowali swoje środki w przedsięwzięcie o nielegalnym charakterze a także o tym, że Przedsiębiorca wprowadzał w błąd konsumentów informując o korzyściach uzyskiwanych dzięki Platformie Eaconomy.

[104] Nałożony przez Prezesa Urzędu środek jest proporcjonalny do wagi i rodzaju stwierdzonych naruszeń oraz jest konieczny do usunięcia ich skutków poprzez wyeliminowanie stanu niewiedzy o niedozwolonych praktykach Przedsiębiorcy. Pełni on również funkcję edukacyjną dla innych uczestników rynku poprzez wskazanie, jakie działania, zdaniem Prezesa Urzędu, należy uznać za nieuczciwe praktyki rynkowe.

[105] Określenie parametrów technicznych Oświadczenia ma natomiast za zadanie zapewnić ich widoczność i czytelność.

[106] W tym stanie rzeczy Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji decyzji.

<u>Ad pkt III sentencji decyzji -</u> nałożenie kary pieniężnej – uwagi ogólne

[107] 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.

[108] Stosownie jednak do art. 106 ust. 5 i ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w wypadku 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. Gdyby jednak 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.

[109] 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. Ustawodawca wskazał w art. 111 ustawy 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).

[110] Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu uwzględnia również okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie.

[111] W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że zasadne jest nałożenie kary pieniężnej na Xxxxxxxxxx xxxxxxx z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Nałożenie kary pieniężnej służyć będzie zatem jako środek odstraszający Przedsiębiorcę od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karze ma również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku, że tego typu działania mające służyć osiągnięciu korzyści finansowej wyłącznie dla Przedsiębiorcy przy stosowaniu praktyk naruszających prawa konsumenta, 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.

[112] Zgodnie z przekazanymi przez Przedsiębiorcę informacjami, osiągnięty przez niego obrót w latach 2023-2025 wynosił odpowiednio:

a) w roku 2023 – xxxxxxxxx zł – całość z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej;

b) w roku 2024 – xxxxxxxxx zł - całość z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej;

c) w roku 2025 – xxxxxxxxxx zł - całość z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej

***Dowód**: pismo Przedsiębiorcy z dnia 13.10.2025 r. oraz 20.02.2026 r. karta 117-118, 130-132;*

[113] Oznacza to, że zarówno osiągnięty przez Przedsiębiorcę obrót w 2024 roku, jak również średni obrót osiągnięty przez Przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary, nie pozwalają na zastosowanie art. 106 ust.1 oraz 5 uokk. Średnia wysokość obrotu Przedsiębiorcy w trzech kolejnych latach obrotowych wyniosła wg dokumentów przedstawionych przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx xxxxxxxx zł.

[114] Uzasadnia to zastosowanie art. 106 ust. 6 uokk przy nałożeniu na Przedsiębiorcę kary pieniężnej. Zgodnie z tym przepisem, w przypadku gdy przedsiębiorca nie osiągnął w okresie trzech lat obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary obrotu nieprzekraczającego równowartości 100.000,00 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

[115] Przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok zgłoszenia zamiaru koncentracji lub nałożenia kary (art. 5 uokk).

[116] Zgodnie z Tabelą A kursów średnich walut obcych, Tabela 052/B/NBP/2025 z dnia 2025-12-31, średni kurs euro na dzień 31 grudnia 2025 r. wyniósł 4,2267 zł. Oznacza to, że maksymalna wysokość kary w polskiej walucie może wynieść 42 267,00 zł.

<u>Ad pkt III.1 sentencji decyzji</u> – nałożenie kary pieniężnej z tytułu naruszenia wskazanego w pkt I.1. sentencji decyzji

Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

[117] Okoliczności naruszenia zostały szczegółowo opisane w poprzedniej części uzasadnienia niniejszej decyzji. Zakwestionowane przez Prezesa Urzędu działanie Przedsiębiorcy polegało na stosowaniu – zabronionej w każdych okolicznościach - praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida. Kwestionowana praktyka Przedsiębiorcy ujawniała się na etapie przed zawarciem, zawierania oraz wykonywania kontraktu.

Uprzednie naruszenie

[118] Należy wskazać, że zgodnie z przepisem art. 111 ust. 1 uokk, Prezes Urzędu, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, uwzględnia m.in. jakiekolwiek uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Prezes Urzędu ustalił, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx dopuściła się naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów po raz pierwszy.

Okres stosowania

[119] Prezes UOKiK rozstrzygając wagę naruszeń uwzględnił również długi okres stosowania zakwestionowanej praktyki. Praktyka Przedsiębiorcy rozpoczęła się w listopadzie 2022 roku

i trwała do 23 lutego 2025 r. Zważywszy, że praktyka stosowana była przez ponad rok, Prezes Urzędu ocenił okres jej stosowania jako długotrwały.

Stopień i skutki rynkowe naruszenia (z uwzględnieniem okoliczności dotyczących natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia)

[120] W zakresie czynników obrazujących stopień i skutki rynkowe naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił, że stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka naruszała interesy konsumentów w stopniu znacznym. Kwestionowane działanie Przedsiębiorcy uznane zostało za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa, a także zakwalifikowane jako nieuczciwa praktyka rynkowa naruszająca art. 7 pkt 14 upnpr, a więc przepis, na podstawie którego ustanowiono zakaz promowania projektów promocyjnych typu piramida – jednej z praktyk rynkowych zabronionych w każdych okolicznościach, uznanych za na tyle poważne, że zostały umieszczone na tzw. „czarnej liście" ustanowionej zarówno w prawie krajowym (art. 7 pkt 14 upnpr), jak i unijnym (Załącznik I do dyrektywy 2005/29(WE)[17]). Naruszenia objęte przedmiotem postępowania dokonywane były na etapie przed zawarciem, zawierania oraz wykonania kontraktu. Praktyka zarzucana Przedsiębiorcy mogła wywoływać skutki przede wszystkim w zakresie interesów ekonomicznych konsumentów. Jak zostało wskazane w uzasadnieniu decyzji, w przedmiotowej sprawie konsumenci, pod wpływem otrzymywanych informacji promujących markę (brand) Eaconomy, mogli podejmować konkretne, nie zawsze korzystne decyzje dotyczące nabycia subskrypcji dostępu do Platformy Eaconomy i przystąpienia do programu afiliacyjnego będącego projektem promocyjnym typu piramida promowanym przez Przedsiębiorcę.

[121] Oceniając stopień i skutki rynkowe naruszenia należy wziąć pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie Xxxxxxxxxx xxxxxxx zdecydowała się promować projekt promocyjny typu piramida. Na szczególną uwagę zasługuje rola, jaką w procesie odgrywała Przedsiębiorca, która w związku ze swoją działalnością, zgodnie z Planem Wynagrodzeń, uzyskała znajdującą się w środkowej części struktury rangę Icon x - co świadczy o tym, że w swojej grupie bezpośrednio miała nie mniej niż xxx osób.

[122] Wagę praktyki należy określić jako znaczną, ze względu na poważne skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Przedsiębiorcę godzi w zbiorowe interesy konsumentów na etapie przed zawarciem, zawierania oraz wykonywania kontraktu. Konsumenci, na podstawie rozpowszechnianych nieprawdziwych informacji, mogli podjąć decyzje rynkowe, których nie podjęliby posiadając pełną i rzetelną informację o Platformie Eaconomy. Znaczną wagę naruszenia podkreśla fakt, że niezależnie od nieprawdziwych przekazów dotyczących produktu, to sposób promowania subskrypcji wykonywany był przez Przedsiębiorcę w sposób zabroniony, a więc z wykorzystaniem projektu promocyjnego typu piramida - praktyki uznanej na gruncie upnpr za nieuczciwą w każdych okolicznościach.

[123] Prezes Urzędu dodaje przy tym, że rola promotorów w projektach, które noszą znamiona systemów promocyjnych typu piramida, jest bardzo istotna, a wręcz kluczowa. To właśnie promotorzy tacy jak np. Xxxxxxxxxx xxxxxxx rozpowszechniają

[17] Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych… (Dz.Urz.UE.L z 11.5.2005 r., Nr 149, str. 22).

informację o danym projekcie, organizują lub biorą udział w spotkaniach i biorą udział w budowaniu oraz stałym wzroście struktury dystrybucyjnej. Aktywności te mają na celu czerpanie korzyści i to wyłącznie z działalności marketingowej, a nie zakupu lub wykorzystania samego produktu, który nie przedstawia deklarowanej lub żadnej wartości, a w skrajnych przypadkach tego rodzaju projektów może w ogóle nie istnieć. Bez działalności osób propagujących dany system lub projekt, konsumenci mogliby nie uzyskiwać żadnych informacji, a tym samym nigdy by do niego nie przystąpili.

Okoliczności łagodzące i obciążające

[124] Zgodnie z przepisem art. 111 ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 111 ust. 3 pkt 1 lit. a-d uokk, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

[125] W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie brak jest okoliczności łagodzących. Co prawda Xxxxxxxxxx xxxxxxx zaprzestała stosowania kwestionowanej praktyki przed formalnym wszczęciem postępowania, jednak nastąpiło to dopiero po ponad dwóch latach od rozpoczęcia promowania projektu Eaconomy. W związku z tak znacznym upływem czasu, zaniechania praktyki nie można uznać za dobrowolne i niezwłoczne działanie zmierzające do usunięcia skutków naruszenia, co wyklucza uznanie tej okoliczności za podstawę do obniżenia kary. Sam fakt zaniechania nie był bowiem wyrazem dobrowolnego dążenia do usunięcia skutków naruszenia czy refleksji nad jego bezprawnością. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje, że wygaszenie aktywności w ramach Eaconomy nastąpiło równolegle z zaangażowaniem się Przedsiębiorcy w promocję kolejnego, tożsamego modelu biznesowego (Jifu). W tej sytuacji zaniechanie miało charakter techniczny, nie wynikający z realnego wycofania się z praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

[126] Jako okoliczności obciążające Prezes Urzędu wskazuje w szczególności:

a) Umyślność naruszenia – Przedsiębiorca celowo i świadomie promowała system, który pod pozorem usług edukacyjnych opierał się na budowaniu struktury sprzedażowej (mechanizm typu piramida).
b) Znaczny zasięg terytorialny – działania były prowadzone w Internecie, co pozwalało na nieograniczone docieranie do konsumentów na terenie całego kraju i poza nim.
c) Długotrwałość naruszenia – praktyka była realizowana przez okres ponad dwóch lat, co potęgowało negatywne skutki dla rynku.

[125] Prezes Urzędu uznał, że w związku z działalnością w Internecie naruszenia miały znaczny zasięg terytorialny, a jego skutkiem objęta została znaczna liczba konsumentów. Przemawia za tym również osiągnięta przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx ranga Icon x, świadcząca o zbudowaniu licznej struktury dystrybucyjnej. Przedsiębiorca w listopadzie 2024 r. deklarował w swojej ogólnej strukturze ponad xxxx osób a w bezpośredniej strukturze około xxx osób. Wskazać należy, że z oferty usług

świadczonych przez Przedsiębiorcę mógł potencjalnie skorzystać każdy konsument, bez względu na miejsce zamieszkania. Należy podkreślić, że wśród okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 lit. a uokk wprost jako okoliczność obciążającą wskazano znaczny zasięg terytorialny naruszenia jak i jego skutków. W związku z naruszeniem zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów Xxxxxxxxxx xxxxxxx, z tytułu prowizji określonych w Planie Wynagrodzeń, uzyskała znaczne korzyści finansowe w wysokości xxxxxxxx USD[18] (tj. xxxxxxxx zł[19]), co również stanowi okoliczność obciążającą (art. 111 ust. 4 pkt 2 lit. b uokk).

[128] Zdaniem Prezesa Urzędu naruszenie miało charakter umyślny, co jest okolicznością obciążającą. Xxxxxxxxxx xxxxxxx celowo i świadomie namawiała do zakupu subskrypcji na Platformie Eaconomy oraz budowała strukturę projektu promocyjnego typu piramida. W niniejszej sprawie informacje o ryzyku związanym z inwestycją, na które powoływała się Przedsiębiorca, zdaniem Prezesa Urzędu, nie mogą być podstawą do wyłączenia jej odpowiedzialności za przekazywane treści. Zdaniem Prezesa Urzędu Przedsiębiorca była świadoma, że realne korzyści będą wynikać z działalności marketingowej związanej z udziałem w Programie Partnerskim, a nie z samego inwestowania za pomocą narzędzi edukacyjnych udostępnianych za pośrednictwem Platformy Eaconomy.

Obliczenie kary

[129] Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie zachodzą podstawy do nałożenia na Przedsiębiorcę kary w maksymalnej wysokości, tj. **42 267,00 zł** (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemset trzydzieści złotych).

[130] W ocenie Prezesa Urzędu, w związku z treścią przepisów określających maksymalną, dopuszczalną wysokość kary pieniężnej, nałożona na Przedsiębiorcę kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności stwierdzonego naruszenia. Prezes Urzędu, z uwagi na występujące w sprawie okoliczności obciążające, postanowił nałożyć karę pieniężną w maksymalnej wysokości. W ocenie Prezesa Urzędu, jej wysokość jest na tyle dolegliwa, że stanowi dla Przedsiębiorcy odpowiedni środek represji, a jednocześnie powinna skutecznie zapobiec ponownym naruszeniom przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Nałożona kara spełnia równocześnie funkcję edukacyjną i prewencji ogólnej, zniechęcając do naruszania prawa również innych przedsiębiorców.

[131] 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.

<u>Ad pkt III.2 sentencji decyzji</u> – nałożenie kary pieniężnej z tytułu naruszenia wskazanego w pkt I.2. sentencji decyzji

Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

[18] Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy złożonym w pismach z dnia 4 listopada 2024 r. oraz 15 lutego 2025 r.

[19] Zgodnie z tabelą A kursów średnich, Tabela nr 205/A/NBP/2025 z dnia 2025-10-22 https://nbp.pl/statystyka-i-sprawozdawczosc/kursy/tabela-a/

[132] Zakwestionowane przez Prezesa Urzędu działanie Przedsiębiorcy polegało na stosowaniu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji w serwisach społecznościowych o wysokości dochodów uzyskanych w wyniku inwestowania na rynkach finansowych dzięki dostępowi do Platformy Eaconomy. Kwestionowana praktyka Przedsiębiorcy ujawniała się na etapie przed zawarciem, zawierania oraz wykonywania kontraktu.

Uprzednie naruszenie

[133] Należy wskazać, że zgodnie z przepisem art. 111 ust. 1 uokk, Prezes Urzędu, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, uwzględnia m.in. jakiekolwiek uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Prezes Urzędu ustalił, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx dopuściła się naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów po raz pierwszy.

Okres stosowania

[134] Prezes UOKiK rozstrzygając wagę naruszenia uwzględnił również długi okres stosowania zakwestionowanej praktyki. Praktyka Przedsiębiorcy rozpoczęła się w listopadzie 2022 roku i trwała do 23 lutego 2025 r. Zważywszy, że praktyka stosowana była przez ponad rok, Prezes Urzędu ocenił okres jej stosowania jako długotrwały.

Stopień i skutki rynkowe naruszenia (z uwzględnieniem okoliczności dotyczących natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia)

[135] W zakresie czynników obrazujących stopień i skutki rynkowe naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił, że stosowana przez Przedsiębiorcę praktyka naruszała interesy konsumentów w stopniu znacznym. Kwestionowane działanie Przedsiębiorcy uznane zostało za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa, a także zakwalifikowane jako nieuczciwa praktyka rynkowa o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1, w zw. z art. 4 ust. 2 unpr. Naruszenia objęte przedmiotem postępowania dokonywane były na etapie przed zawarciem oraz zawierania kontraktu. Praktyka zarzucana Przedsiębiorcy mogła wywoływać skutki przede wszystkim w zakresie interesów ekonomicznych konsumentów. Jak zostało wskazane w uzasadnieniu decyzji w przedmiotowej sprawie konsumenci, pod wpływem otrzymywanych informacji, mogli podejmować konkretne, nie zawsze korzystne decyzje dotyczące nabycia subskrypcji dostępu do Platformy Eaconomy.

[136] Oceniając stopień i skutki rynkowe naruszenia należy wziąć pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności Przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie Xxxxxxxxxx xxxxxxx promując projekt promocyjny typu piramida zdecydowała się dodatkowo wprowadzać konsumentów w błąd. Sposób w jaki to czyniła, opisany szczegółowo w uzasadnieniu decyzji polegał na podkreślaniu, iż źródłem zarobków, jakie uzyskuje z tytułu udziału w projekcie są środki finansowe pozyskiwane dzięki nabywanym produktom – pakietom edukacyjnym oferowanym przez Spółkę, to jest tradingu a nie rozbudowy struktury sprzedażowej, w której Przedsiębiorca się znajduje uzyskawszy rangę Icon x pozwalającą na uplasowanie się w określonym miejscu schematu dystrybucyjnego projektu promocyjnego typu piramida.

[137] Wagę praktyki należy określić jako znaczną, ze względu na poważne skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że

praktyka stosowana przez Przedsiębiorcę godziła w zbiorowe interesy konsumentów na etapie przed zawarciem, zawierania oraz wykonywania kontraktu. Konsumenci, na podstawie rozpowszechnianych nieprawdziwych informacji, mogli podjąć decyzje rynkowe, których nie podjęliby, posiadając pełną i rzetelną informację o faktycznie uzyskiwanych przez Przedsiębiorcę dochodach z tradingu. Znaczną wagę naruszenia podkreśla fakt, że Xxxxxxxxxx xxxxxxx dochód z tradingu uzyskała jedynie w jednym miesiącu na przestrzeni ponad dwóch lat promowania Platformy. Wysokość osiągniętego dochodu z tradingu stoi również w znacznej dysproporcji w stosunku do osiągniętego przez Przedsiębiorcę dochodu rezydualnego (mogącego w uproszczeniu odpowiadać jako „dochód z tradingu"), tj. xxxx USD wobec xxxxxx USD, jakie uzyskała dzięki odpowiedniej działalności polegającej na wprowadzaniu innych konsumentów do systemu i ich rekrutacji do swojej struktury dystrybucyjnej.

Okoliczności łagodzące i obciążające

[138] Zgodnie z przepisem art. 111 ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 111 ust. 3 pkt 1 lit. a-d uokk, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

[139] W ocenie Prezesa Urzędu brak jest okoliczności łagodzących w niniejszej sprawie. W art. 111 uokk wskazano wśród okoliczności łagodzących zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu. Zaniechanie przez xxxxxxxxxxxxx stosowania praktyki nastąpiło przed wszczęciem niniejszego postępowania ale po ponad dwóch latach od rozpoczęcia promowania projektu Eaconomy. Mimo, że zaniechanie stosowania praktyki nastąpiło jeszcze przed wszczęciem postępowania, długotrwałość naruszenia sprawia, iż okoliczność ta nie może zostać uznana za łagodzącą przy miarkowaniu wysokości sankcji. .

[140] Za okoliczności obciążające Prezes Urzędu uznał umyślność stwierdzonego naruszenia, jego znaczny zasięg terytorialny oraz uzyskane przez przedsiębiorcę znaczne korzyści w związku z dokonanym naruszeniem. W ocenie Prezesa Urzędu Przedsiębiorca celowo i świadomie informowała konsumentów o uzyskanych dochodach w celu zbudowania i utrzymania odpowiedniej struktury w ramach programu partnerskiego, co przekładało się na wysokość uzyskanych korzyści.

[141] W ocenie Prezesa Urzędu kwota xxxxxxxx USD (tj. xxxxxxxx zł[20]), uzyskana przez Xxxxxxxxxx xxxxxxx z tytułu prowizji określonych w Planie Wynagrodzeń, stanowi obiektywnie znaczną korzyść finansową osiągniętą w związku z naruszeniem zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Należy podkreślić, że środki te zostały wygenerowane bezpośrednio w wyniku stosowania praktyki

[20] Zgodnie z tabelą A kursów średnich, Tabela nr 205/A/NBP/2025 z dnia 2025-10-22 https://nbp.pl/statystyka-i-sprawozdawczosc/kursy/tabela-a/

naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto, ze względu na internetowy charakter działalności, korzyści te pochodziły od szerokiego kręgu konsumentów z terenu całego kraju, co potwierdza znaczny zasięg terytorialny skutków finansowych analizowanej praktyki. Tak wysoka kwota korzyści, uzyskana kosztem konsumentów, stanowi okoliczność obciążającą określoną w art. 111 ust. 4 pkt 2 lit.b uokk.

[142] Zdaniem Prezesa Urzędu naruszenie miało charakter umyślny, co jest okolicznością obciążającą. Xxxxxxxxxx xxxxxxx celowo i świadomie rozpowszechniała nieprawdziwe informacje o wysokości uzyskanego dochodu z tradingu. W ocenie Prezesa Urzędu Przedsiębiorca był świadomy, że realne korzyści z udziału w przedsięwzięciu Eaconomy wynikały przede wszystkim z działalności marketingowej związanej z udziałem w Programie Partnerskim, a nie z samego inwestowania za pomocą narzędzi edukacyjnych udostępnianych za pośrednictwem Platformy oraz wiedzy przekazywanej za ich pośrednictwem.

[143] Prezes Urzędu uznał, że w związku z działalnością w Internecie naruszenie miało znaczny zasięg terytorialny, a jego skutkiem objęta została znaczna liczba konsumentów. Wskazać należy, że z oferty usług świadczonych przez Przedsiębiorcę mógł potencjalnie skorzystać każdy konsument, bez względu na miejsce zamieszkania. Należy podkreślić, że wśród okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 lit. a uokk wprost wskazano jako okoliczność obciążającą znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków.

Obliczenie kary

[144] Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie zachodzą podstawy do nałożenia na Przedsiębiorcę kary w maksymalnej wysokości, tj. **42 267,00 zł** (słownie: czterdzieści dwa tysiące siedemset trzydzieści złotych).

[145] W ocenie Prezesa Urzędu, w związku z treścią przepisów określających maksymalną, dopuszczalną wysokość kary pieniężnej, nałożona na Przedsiębiorcę kara pieniężna jest adekwatna do okoliczności stwierdzonego naruszenia. Prezes Urzędu, z uwagi na występujące w sprawie okoliczności obciążające, postanowił nałożyć karę pieniężną w maksymalnej wysokości. W ocenie Prezesa Urzędu, jej wysokość jest na tyle dolegliwa, że stanowi dla Przedsiębiorcy odpowiedni środek represji, a jednocześnie powinna skutecznie zapobiec ponownym naruszeniom przez xxxxxxxxxxx xxxxxxx przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Nałożona kara spełnia równocześnie funkcję edukacyjną i prewencji ogólnej, zniechęcając do naruszania prawa również innych przedsiębiorców.

[146] 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.

<u>Ad pkt IV sentencji decyzji</u> – rozstrzygnięcie w przedmiocie kosztów postępowania

[147] 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.

[148] 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 2025r. poz. 1691ze zm. – 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.

[149] 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 66,01 zł (sześćdziesiąt sześć złotych jeden grosz).

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie IV sentencji decyzji.

[150] 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**.

Pouczenia

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokk w związku z art. 479^{28} § 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 IVIV 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 479^{32} § 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.
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 fizyczna, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli złoży oświadczenie, z którego wynika, że nie jest w stanie ponieść kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego bez uszczerbku utrzymania koniecznego dla siebie i rodziny.

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

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

Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Piotr Czarnecki
radca prawny
Delegatury w Gdańsku

/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Otrzymuje:

1. **Xxxxxxxxxx xxxxxxx**
   reprezentowana przez:
   xxxxxxxxxxxxxxxxx
   xxxxxxxxxxxxxxxxxx
   xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
2. **a/a**