

Sygn. akt *XVII AmA 57/20*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 6 kwietnia 2022 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
w składzie:

Przewodniczący –	<i>SSO Maciej Kruszyński</i>
Protokolant –	sekr. sąd. Magdalena Żabińska

po rozpoznaniu 23 marca 2022 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania *(...) S.A. (dawniej: (...) S.A.) w W.*

przeciwko *Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania powoda od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 27 kwietnia 2020 roku, numer (...)

1. zmienia zaskarżoną decyzję w ten sposób, że usuwa z jej uzasadnienia, znajdujący się na stronie 31 (trzydziestej pierwszej) fragment oznaczony śródtytułem „Decyzja Prezesa UOKiK jako prejudykat”;
2. w pozostałym zakresie oddala odwołanie;
3. zasądza od (...) S.A. w W. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 720 zł (siedemset dwadzieścia złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu.

SSO Maciej Kruszyński

Sygn. akt *XVII AmA 57/20*

WERSJA JAWNA

UZASADNIENIE

Decyzją z 27 kwietnia 2020 r. nr (...), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działanie (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. polegające na:

wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do bezpieczeństwa inwestycji w wyemitowane obligacje korporacyjne poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. inwestycje w obligacje cechują się wysokim stopniem bezpieczeństwa, a utrata zainwestowanych środków jest mało prawdopodobna, co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070 ze zm.) oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów - i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 31 marca 2018 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. z 2019 r. poz. 369), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działanie (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. polegające na:

wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do sytuacji finansowej (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez przekazywanie konsumentom informacji o stabilnej sytuacji spółki, co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów - i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 31 marca 2018 r.

III. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działanie (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. polegające na: wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez rozpowszechnianie informacji:

a) co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny;

b) co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas, w celu nakłonienia konsumentów do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej zakupu obligacji i pozbawienia ich tym samym możliwości świadomego wyboru produktu, pomijając informację o dotychczasowej częstotliwości emisji tych obligacji, co mogło spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjął, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070 ze zm.) oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów - i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 31 marca 2018 r.

IV. 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 (tj. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez złożenie jednokrotnego oświadczenia o następującej treści w terminie miesiąca od uprawomocnienia się niniejszej decyzji i utrzymywanie ww. oświadczenia wraz z odnośnikiem do wersji jawnej decyzji na stronie internetowej (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. przez okres 6 (sześciu) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej:

„W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 27 kwietnia 2020 r. nr (...) dot. (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. informuje, że stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez:

- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do bezpieczeństwa inwestycji w wyemitowane obligacje korporacyjne poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. inwestycje w obligacje cechują się wysokim stopniem bezpieczeństwa, a utrata zainwestowanych środków jest mało prawdopodobna,

- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do sytuacji finansowej (...) Spółki Akcyjnej w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez przekazywanie konsumentom informacji o stabilnej sytuacji spółki,

- rozpowszechnianie informacji co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny oraz co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas.

Decyzja Prezesa UOKiK nr (...) z dnia 27 kwietnia 2020 r. dostępna jest pod adresem <https://decyzie.uokik.gov.pl/bp/dec prez.nsf> w następujący sposób:

[1] czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff),

[2] tekst powyższego oświadczenia wyjustowany,

[3] czcionką pogrubioną (bold) fragment: (...) Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w W. informuje, że stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez:

- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do bezpieczeństwa inwestycji w wyemitowane obligacje korporacyjne poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. inwestycje w obligacje cechują się wysokim stopniem bezpieczeństwa, a utrata zainwestowanych środków jest mało prawdopodobna,

- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do sytuacji finansowej (...) Spółki Akcyjnej z siedzibą we W. w restrukturyzacji poprzez przekazywanie konsumentom informacji o stabilnej sytuacji spółki,

- rozpowszechnianie informacji co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny oraz co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas.",

[4] w górnej części strony głównej domeny (...) i na każdej innej stronie internetowej przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika; oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera) i będzie utrzymywane na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 6 (sześciu) miesięcy od daty opublikowania,

[5] czcionka powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,

[6] fragment: „Decyzja Prezesa UOKiK nr (...) z dnia 27 kwietnia 2020 r. dostępna jest pod adresem (...) będzie stanowił hiperłącze prowadzące do strony internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zawierającej wersję jawną decyzji (...).

Powód zaskarżył ww. decyzję w całości. Zaskarżonej decyzji zarzucił naruszenie:

1. art. 233 §1 k.p.c. w zw. z art. 227 k.p.c., 231 k.p.c. i 232 zd. 2 k.p.c. w zw. z art. 84 u.o.k.k. (i art. 7 k.p.a. i art. 8 k.p.a. oraz art. 107 § 3 k.p.a.) poprzez zaniechanie wyczerpującego zebrania i rozpatrzenia całego materiału dowodowego i przyjęcia, jakoby materiał dowodowy dostarczał podstaw do ustalenia wprowadzania konsumentów w błąd przez (...) i stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, a w szczególności poprzez:

1.1. przekroczenie przez organ zasady swobodnej oceny dowodów poprzez:

a. całkowitą dowolność w ocenie materiału dowodowego oraz brak wszechstronnego rozważenia materiału dowodowego i oparcie Decyzji na pojedynczych i wybiórczych dowodach, to jest dziesięciu (10) reklamacjach zgłoszonych przez klientów, czterech (4) fragmentach rozmów prowadzonych przez pracowników Spółki, wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.) i aktualizowanych wytycznych (wysłanych mailem E. M. z 25 stycznia 2018 r.), korespondencji mailowej dyrektora finansowego Spółki z prezesem Spółki i zeznaniach byłego (i skonfliktowanego ze Spółką) członka zarządu Spółki pana M. P. (1), podczas gdy Prezes UOKiK choćby w najmniejszym stopniu nie wyjaśnił, czym kierował się dając wiarę pojedynczym dowodom, jednocześnie całkowicie pomijając wiele pozostałych dowodów, nie dokonując tym samym ani samodzielnej, ani tym bardziej wszechstronnej analizy materiału dowodowego, do czego jest zobowiązany, co w konsekwencji doprowadziło do braku wykazania przez organ powszechności zarzucanych naruszeń i błędnego uznania, że (...) dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzanie konsumentów w błąd przy oferowaniu obligacji korporacyjnych;

b. co stanowi również naruszenie polegające na dokonaniu istotnych ustaleń bez wszechstronnego rozważenia zgromadzonego materiału dowodowego, co doprowadziło do błędnego uznania, że (...) dopuścił się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;

c. błędne uznanie przez Prezesa UOKiK za wystarczający do wykazania naruszenia zbiorowych interesów konsumentów - poprzez rzekome wprowadzanie w błąd co do bezpieczeństwa inwestycji w obligacje - materiał dowodowy składający się z zaledwie ośmiu reklamacji, podczas gdy konieczne byłoby wykazanie, że rzekome wprowadzanie w błąd miało miejsce w odniesieniu do szerokiej grupy konsumentów (przesłanka zbiorowości);

d. błędne uznanie przez Prezesa UOKiK za wystarczający do wykazania naruszenia zbiorowych interesów konsumentów - poprzez wprowadzanie w błąd co do ekskluzywności i dostępności czasowej oferowanych obligacji - materiał dowodowy składający się z zaledwie pięciu reklamacji, wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.) i aktualizowanych wytycznych (wysłanych mailem E. M. z 25 stycznia 2018 r.), podczas gdy konieczne byłoby wykazanie, że rzekome wprowadzanie w błąd miało miejsce w odniesieniu do szerokiej grupy konsumentów (przesłanka zbiorowości);

e. błędną ocenę dowodów i oparcie istotnych ustaleń Prezesa UOKiK na materiale dotyczącym sprzedaży obligacji za pośrednictwem banków i domów maklerskich a nie przez (...) (w tym np. czynienie ustaleń, jakoby (...) wprowadzał klientów w błąd na podstawie reklamacji klientów takich jak S. N. i Z. W. (1), którzy nie nabyli obligacji za pośrednictwem (...), tylko (...) Banku), co w oczywisty sposób nie stanowi dowodu naruszeń stwierdzonych Decyzją, dla stwierdzenia konieczne było wykazanie, że wprowadzenie w błąd miało miejsce w odniesieniu do konsumentów, którzy nabywali obligacje korporacyjne bezpośrednio od (...);

f. błędną ocenę dowodów poprzez uznanie za wiarygodne zeznań M. P. (1) i poczynienie na ich podstawie ustaleń, podczas gdy:

- pozostaje on w trwałym konflikcie ze Spółką, w szczególności został pozwany przez Spółkę za nieuzasadnioną wypłatę premii i obecnie toczy się postępowanie, w którym (...) i M. P. występują w przeciwstawnych rolach procesowych, jak również w postępowaniu karnym pod sygn. akt RP (...) M. P. (1) przedstawione zostały zarzuty działania na szkodę Spółki i wyrządzenia (...) szkody wielkich rozmiarów, co niewątpliwie powinno być wzięte pod uwagę przy ocenie wiarygodności tych zeznań i stanowi okoliczność dyskwalifikującą te zeznania w niniejszej sprawie ze względu na ich niewiarygodność;
- M. P. (1) zajmował się jedynie sprzedażą instytucjonalną poprzez domy maklerskie oraz banki i nie posiadał wiedzy na temat procesu sprzedaży indywidualnej, ani też nie odpowiadał za sprzedaż indywidualną, a w konsekwencji jego zeznania nie mogły stanowić podstawy ustaleń faktycznych w niniejszej sprawie w zakresie rzekomego wprowadzania klientów w błąd przez pracowników lub pośredników (...) prowadzących sprzedaż obligacji;

g. błędną ocenę dowodów, w szczególności wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji poprzez przyjęcie na ich podstawie, że pośrednicy fałszywie zapewniali potencjalnych inwestorów o bezpieczeństwie inwestycji w obligacje korporacyjne, podczas gdy ze zgromadzonego materiału, w tym wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.) i aktualizowanych wytycznych (wysłanych mailem E. M. z 25 stycznia 2018 r.), wynika jednoznacznie, że:

- rozmowy telefoniczne z potencjalnymi klientami odbywały się wyłącznie w celu nawiązania kontaktu i umówienia spotkania w celu przybliżenia oferty;
- oferta była przedstawiana potencjalnemu klientowi jedynie w sytuacjach i pod warunkiem, że wyraził zainteresowanie ofertą rozwiązań finansowych;
- szczegółowe informacje na temat sytuacji finansowej Spółki i warunków emisji obligacji przekazywane były w formie dokumentów po rozmowie telefonicznej (w tym w postaci raportów okresowych, sprawozdań finansowych za ostatni rok obrotowy oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych), które podlegały ocenie przez zainteresowanych inwestorów;
- doradcy prowadzący rozmowy telefoniczne mieli zakaz wysyłania na tym etapie jakichkolwiek materiałów zachęcających do nabycia obligacji (...) lub promujących czy reklamujących (...) lub spółki z grupy;

h. błędną ocenę dowodów, w szczególności wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji poprzez przyjęcie na ich podstawie, że pośrednicy wprowadzali w błąd potencjalnych inwestorów co do dobrej sytuacji finansowej spółki, podczas gdy ze zgromadzonego materiału, w tym wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.), wynika jednoznacznie, że:

- szczegółowe informacje na temat sytuacji finansowej Spółki i warunków emisji obligacji przekazywane były w formie dokumentów po rozmowie telefonicznej (w tym w postaci raportów okresowych, sprawozdań finansowych za ostatni rok obrotowy, skonsolidowanych sprawozdań finansowych i Warunków Emisji Obligacji), które podlegały ocenie przez zainteresowanych inwestorów;

- doradcy prowadzący rozmowy telefoniczne mieli zakaz wysyłania na tym etapie jakichkolwiek materiałów zachęcających do nabycia obligacji (...) lub promujących czy reklamujących (...) lub spółki z grupy;

i. błędną ocenę dowodów, w szczególności wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.) i aktualizowanych wytycznych (wysłanych mailem E. M. z 25 stycznia 2018 r.) poprzez przyjęcie na ich podstawie, że pośrednicy fałszywie informowali o ograniczonej dostępności obligacji korporacyjnych (...), podczas gdy ze zgromadzonego materiału, w tym wytycznych dotyczących procesu sprzedaży obligacji (wysłanych mailem M. G. z 14.11.2016 r.), wynika jednoznacznie, że:

- każda przedstawiona propozycja nabycia (także przedstawiona telefonicznie) zmniejszała pulę 149 propozycji nabycia, które doradcy mogli przekazać w ramach jednej emisji;
- z nagrań rozmów znajdujących się w aktach sprawy wynika, że rozmówcy każdorazowo informowali potencjalnych inwestorów, że ich celem jest umówienie niezobowiązującego spotkania;

j. błędną ocenę dowodów, w szczególności nagrań rozmów sprzedawców z potencjalnymi klientami, a także reklamacji, poprzez przyjęcie na ich podstawie, że pośrednicy wprowadzali w błąd co do niskiego ryzyka inwestycyjnego, czasowej dostępności oferty i sytuacji finansowej Spółki, co miało mieć wpływ na podjęcie przez klientów decyzji o nabyciu obligacji, podczas gdy ze zgromadzonego materiału wynika jednoznacznie, że:

- sprzedawcy w czasie rozmów telefonicznych nie przekazywali żadnych informacji, które mogłyby wprowadzać w błąd, a celem rozmów było wyłącznie zaproszenie na spotkanie, na którym potencjalni klienci mogli zapoznać się ze szczegółami oferty;
- żadna z rozmów telefonicznych prowadzonych przez sprzedawców nie doprowadziła do nabycia obligacji;
- każdy konsument miał zapewniony dostęp do wszelkich niezbędnych informacji koniecznych do dokonania samodzielnej oceny potencjalnej inwestycji w obligację, poziomu ryzyka, możliwej stopy zwrotu, jak i potencjalnego zwrotu, jak i wiarygodności emitenta;
- potencjalni inwestorzy mieli wiedzę i doświadczenia wystarczające do samodzielnej oceny ryzyka w związku z inwestycją w obligacje;

2. dokonanie przez Prezesa UOKiK całkowicie dowolnej oraz błędnej oceny dowodów zgromadzonych w toku postępowania i zaniechanie dokładnego i rzetelnego wyjaśnienia stanu faktycznego sprawy, co skutkowało nieprawidłowym jego ustaleniem, w szczególności w zakresie:

a. ustalenia, że (...) przekazywał konsumentom nieprawdziwe informacje na temat wysokiego stopnia bezpieczeństwa i niskim ryzyku utraty zainwestowanych środków, czym rzekomo wprowadził konsumentów w błąd;

b. ustalenia, że (...) rzekomo przedstawiała konsumentom informacje dotyczące limitowanego dostępu do oferowanego produktu z pominięciem informacji o dotychczasowej częstotliwości emisji tych obligacji, czym rzekomo wprowadził konsumentów w błąd;

c. ustalenia, że (...) w toku oferowania obligacji korporacyjnych przekazywała klientom nieprawdziwe informacje o stabilnej sytuacji spółki, czym rzekomo wprowadził konsumentów w błąd;

d. ustalenia, że (...) w toku oferowania obligacji korporacyjnych przekazywała klientom nieprawdziwe informacje o ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych i ograniczonej dostępności czasowej, czym rzekomo wprowadził konsumentów w błąd;

podczas gdy Prezes UOKiK nie przeprowadził nawet analizy w kierunku ustalenia, czy grupa podmiotów (w tym przedsiębiorców), co do których stwierdził rzekome naruszenie ma status konsumentów, ani nie wykazał, że przekazane informacje wpłynęły lub mogły wpłynąć na decyzję konsumentów o nabyciu obligacji korporacyjnych (...);

3. naruszenie - w stopniu rażącym - art. 107 § 1 pkt 5 i 6 k.p.a. i art. 105 §2 k.p.a. w zw. z art. 26 § 2 u.o.k.i.k. poprzez zawarcie w treści uzasadnienia Decyzji niedozwolonych i nieprzewidzianych przez ustawę elementów, w tym opinii zachęcających szeroko pojętą grupę konsumentów do pozywania (...), podczas gdy Prezes UOKiK nie posiada ani uprawnień ani kompetencji do zawierania tego typu dodatkowych elementów w treści decyzji, co oznacza wydanie Decyzji - co najmniej w tym zakresie - w warunkach odpowiadających nieważności postępowania, tj. bez podstawy prawnej (por. art. 156 par. 1 pkt 2 k.p.a.);

4. naruszenie prawa do obrony Powoda, wyrażającego się m.in. w naruszeniu art. 6 k.p.a. w zw. z art. 8 k.p.a. oraz art. 10 § 1 k.p.a., a w konsekwencji również prawa do sprawiedliwego procesu poprzez:

a. zgromadzenie praktycznie całego materiału dowodowego w postępowaniu wyjaśniającym;

b. przeprowadzenie niezapowiedzianej kontroli na etapie postępowania wyjaśniającego z naruszeniem zasady proporcjonalności;

c. braku wydania szczegółowego uzasadnienia zarzutów i niepoinformowania Spółki o braku zamiaru jego wydania.

5. naruszenie art. 24 ust. 1, ust. 2 pkt 3 oraz ust. 3 u.o.k.k. w zw. z art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dalej „upnpr”) poprzez ich błędną wykładnię, a w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie i przyjęcie, że w niniejszej sprawie doszło do spełnienia przesłanek pozwalających na zakwalifikowanie zarzucanych działań Powoda jako praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w postaci nieuczciwych praktyk rynkowych, a w szczególności przez:

a. przyjęcie, że działanie Spółki mogło stanowić działanie wprowadzające w błąd, pomimo wadliwego ustalenia wzorca przeciętnego konsumenta;

b. przyjęcie, że doszło naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przy jednoczesnym zignorowaniu przesłanki godzenia w zbiorowe interesy konsumentów.

6. naruszenie **art. 26 ust. 2 i 4 w zw. z art. 27 ust. 4 u.o.k.k.** poprzez ich niewłaściwe zastosowanie i nakazanie (...) usunięcie trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez złożenie oświadczenia o określonej w Decyzji treści i jego utrzymywanie przez okres 6 miesięcy na stronie internetowej (...), podczas gdy Prezes UOKiK w punkcie I, II i III Decyzji (stwierdzającej zaniechanie stosowania praktyk uznanych za naruszające zbiorowe interesy konsumentów), w której - jak uzasadniono w zarzucie w punkcie 2.2 powyżej - zawarł niedozwolone i nieprzewidziane przez ustawę elementy, w tym opinie i stwierdzenia zachęcające szeroko pojętą grupę konsumentów do pozywania (...), podczas gdy Prezes UOKiK nie posiada ani uprawnień ani kompetencji do zawierania tego typu dodatkowych elementów w treści decyzji.

Powód wniósł o zmianę zaskarżonej decyzji poprzez jej uchylenie w całości i umorzenie postępowania administracyjnego ewentualnie o uchylenie decyzji w całości. Powód wniósł również o zasądzenie od Prezesa UOKiK na rzecz Powoda kosztów procesu w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

W odpowiedzi na odwołanie Pozwany Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wniósł o oddalenie odwołania w całości oraz zasądzenie od Powoda na rzecz Pozwanego kosztów procesu według norm przepisanych.

W piśmie z dnia 14 kwietnia 2021 r. strona powodowa podtrzymała stanowisko wyrażone w odwołaniu.

W piśmie z 25 maja 2021 r. strona pozwana podtrzymała dotychczasowe stanowisko wyrażone w sprawie.

W toku rozprawy strona powodowa wniosła o uchylenie decyzji i umorzenie postępowania administracyjnego, ewentualnie o uchylenie decyzji lub w części uzasadnienia, ewentualnie w zakresie fragmentu uzasadnienia rozpoczynającego się na stronie 31 decyzji od słów „Decyzja Prezesa UOKiK jako prejudykat” a kończącego się słowami „naruszenia zakazu tzw. Misselingu” oraz o zasądzenie kosztów procesu w tym kosztów zastępstwa procesowego.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

(...) Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w W. jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem (...). Spółka została wpisana do ww. rejestru dnia 14 marca 2012 r. jako (...) Spółka Akcyjna z siedzibą we W., natomiast z dniem 09 maja 2018 r. firma przedsiębiorcy to (...) Spółka Akcyjna w restrukturyzacji” w związku z tym, iż w tym dniu Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu, VIII Wydział Gospodarczy dla spraw Upadłościowych i Restrukturyzacyjnych, wydał wobec Spółki postanowienie o otwarciu przyspieszonego postępowania układowego. Siedziba Spółki znajduje się w W..

Dowód: wydruk z Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego dotyczący (...) Spółka Akcyjna w restrukturyzacji z siedzibą w W. z dnia 23 czerwca 2020 r., k. 62 akt adm. (t. I),

Według stanu na dzień 20 kwietnia 2020 r., przedmiot działalności gospodarczej Przedsiębiorcy stanowi:

- 1) pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych,
- 2) działalność związana z zarządzaniem funduszami,
- 3) działalność prawnicza,
- 4) pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania,
- 5) wykonywanie fotokopii, przygotowywanie dokumentów i pozostała specjalistyczna działalność wspomagająca prowadzenie biura,
- 6) działalność centrów telefonicznych (call center),
- 7) pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych,
- 8) przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność,
- 9) działalność rachunkowo-księgową; doradztwo podatkowe,
- 10) działalność detektywistyczna.

W ramach postępowania administracyjnego wszczętego w dniu 5 lutego 2019 r., w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu badał kwestię sprzedaży obligacji korporacyjnych na rynku pierwotnym w trybie oferty prywatnej.

Dowód: Postanowienie Prezesa UOKiK z 5 lutego 2019 r., k. 2427 akt adm.

Od grudnia 2015 r. Spółka emitowała obligacje korporacyjne, które nabywane były zarówno przez inwestorów instytucjonalnych, jak i osoby fizyczne. Spółka oferowała obligacje za pośrednictwem banków, domów maklerskich i przy wykorzystaniu własnej sieci sprzedaży.

Do dnia 19 kwietnia 2018 r. Spółka wyemitowała (tajemnica przedsiębiorstwa) serii obligacji korporacyjnych. Za pośrednictwem własnej sieci sprzedaży Spółki obligacje nabyło (tajemnica przedsiębiorstwa) osób fizycznych.

Dowód: płyta CD dostarczona w dniu 5 lipca 2018 r. przez (...) zawierająca listę obligatariuszy, k. 187 akt adm., t. I., Przesłuchany w charakterze strony powodowej R. B., protokół z rozprawy z dnia 23 marca 2022 r. – 00:19:17, Zeznania świadka T. T., protokół z rozprawy z dnia 16 marca 2022 r. – 00:27:59.

Spółka przyjmowała zapisy na obligacje od 30 sierpnia 2016 r. do 30 marca 2018 r. Za pośrednictwem własnej sieci sprzedaży (...) obligacje korporacyjne nabyło ok. (tajemnica przedsiębiorstwa) osób - w tym ok. (tajemnica przedsiębiorstwa) osób powyżej 65. roku życia, a łączna wartość nabytych przez nich obligacji wynosiła ok. (tajemnica przedsiębiorstwa) zł.

Przeprowadzona kontrola wykazała, iż procedura oferowania obligacji miała charakter dwuetapowy. Pierwszy etap - rozmowy telefonicznej - zmierzał do umówienia spotkania. Zabronione było przedstawianie jakichkolwiek informacji zawartych w Warunkach Emisji Obligacji, w szczególności dotyczących oprocentowania i okresu zapadalności. Telefonując, należało wzbudzić zainteresowanie potencjalnego klienta obligacjami, poprzez poinformowanie go o sposobie pomnażania kapitału, oszczędności. Wskazywano również, iż w portfolio Spółki figuruje Spółka będąca liderem na rynku zarządzania wierzytelnościami, czyli windykacji należności. Spółka finansuje działalność zarówno ze środków własnych jak i kapitału zewnętrznego. Koszt kapitału zewnętrznego jak wynika z publicznych raportów spółki wynosiło historycznie np. dla obligacji około 7%. Proponowano spotkanie umożliwiające przedstawienie możliwych płaszczyzn współpracy, przybliżenie profilu Spółki (...), która stabilnie i dynamicznie się rozwija itd. Wytyczne zawierały również sugestie, aby mówić klientom o tym, że oferta jest ograniczona czasowo i jest kierowana do wybranych klientów.

Dowód: Wytyczne dotyczące procesu sprzedaży obligacji, k. 2403 akt adm.; Zagajenia sprzedażowe, k. 2406 akt adm., Wiadomość email z 14 listopada 2016 r., k. 2402 akt adm.

W trakcie rozmowy z potencjalnym klientem, wskazywano, że pracownik spółki (...) kontaktuje się w celu umówienia spotkania na temat „bezpiecznego pomnażania kapitału”, „bezpiecznych rozwiązań inwestycyjnych”.

Dowód: [Płyta CD] - Nagrania audio - rozmowy z 13 marca 2017 roku, pliki znajdujące się w folderze ROZMOWY DO PRZESŁUCHANIA cz. 1, oznaczone numerami (...), (...), k. 310 akt adm.

Klient poinformowany został o możliwości zapoznania się z „bezpiecznymi rozwiązaniami inwestycyjnymi”, „pomnażanie kapitału bez zbędnego ryzyka giełdowego lub Walutowego”, prowadząca w imieniu spółki (...) rozmowę pani B. D. – na konkretne zapytanie klienta czy chodzi o obligacje, nie poinformowała go, że chodzi o ten produkt, kierując rozmowę w stronę ogólnych informacji o działalności spółki (...) oraz wskazując, iż spółka „współpracuje z (...), a nawet jest „sąsiadem z (...).

Potencjalni klienci informowani byli, że przedmiotem spotkania będzie rozmowa na temat możliwości „pomnażania kapitału”. Jednak w większości rozmów, nie byli od razu informowani o rodzaju inwestycji jaki zostanie im zaproponowany na spotkaniu. Dzwoniący pracownicy (...) koncentrowali się na w używaniu sformułowań: „bezpieczne rozwiązania”, „stabilny zysk”, „bezpieczny zysk”, dwu - trzykrotnie większy zysk niż na lokacie”, „nowe rozwiązania”, „lepsze decyzje inwestycyjne, korporacyjne, 6-8 % rocznie”, „rozwiązania finansowe o wyższej rentowności niż lokata”, „rozwiązania niepubliczne”, wyjątkiem jest sytuacja, gdzie adresat telefonu został poinformowany, że chodzi o obligacje w ofercie niepublicznej.

Dowód: nagrania audio rozmów telefonicznych przeprowadzonych przez pracowników (...) B. R., B. D., M. S., P. K., R. N. i T. L. – załącznik do wiadomości e-mail R. Ż. z 14 września 2016 roku, plik oznaczony – PO SZKOLENIU ROZMOWY – zał. do pisma (...) z 25.10.2018 roku, k. 284 akt adm; nagrania audio: rozmowa z 21 grudnia 2017 roku, rozmowa pracownika B. R. (plik Re:klient M. D. (1)); rozmowa M. S. z 28 lutego 2017 roku i z 13 marca 2017 roku oraz K. P. i B. R. (plik – Rozmowy do przesłuchania, nagranie audio rozmowy z 13 marca 2017 roku, plik znajdujące się w folderze ROZMOWY DO PRZESŁUCHANIA cz. 1 nr (...), k. 284 akt adm.

W oparciu o „Wytyczne dotyczące procesu sprzedaży obligacji” obowiązujące od stycznia 2018 r., po przeprowadzonej rozmowie, doradca był zobowiązany do przesłania na adres e-mail rozmówcy następujące dokumenty:

1. Zgodę marketingową w formacie pdf;
2. Link do ostatniego opublikowanego raportu okresowego Grupy Kapitałowej (...) [http://\(...\)](http://(...)) lub dokument w wersji pdf;
3. Prezentację na temat działalności emitenta, nie wykraczającą zakresem informacji poza ww. raporty. Zgodnie z Wytycznymi „prezentacje mają charakter obiektywny, wyłącznie informacyjny; są pozbawione treści PR-owych czy marketingowych. Materiały nie mogą zachęcać do nabycia obligacji spółki czy promować/reklamować (...) lub spółki z grupy. Prezentacje nie mogą być „autorskie”. Każda prezentacja musi być otrzymana od Departamentu (...)”.

Przedstawienie klientowi propozycji Nabycia i Warunków Emisji Obligacji poprzedzało podpisanie przez niego zgody marketingowej. Każda przedstawiona Propozycja Nabycia i Warunki Emisji Obligacji (także telefonicznie - co było możliwe wyłącznie o ile przed przekazaniem Propozycji Nabycia telefonicznie była uzyskana zgoda marketingowa) zmniejszyła pulę 149 Propozycji Nabycia, które można było przekazać w ramach jednej emisji.

Zgodnie z wytycznymi, ww. pulę pomniejszyła także przekazanie w jakikolwiek sposób (ustnie, pisemnie) przez doradcę informacji o oferowanych obligacjach i warunkach ich nabycia, stanowiących wystarczającą podstawę do podjęcia przez klienta decyzji inwestycyjnej (nawet bez przedstawienia samych dokumentów), stąd było to zabronione, gdyż nie było stosunkowo dużej pewności, że rozmówca obejmie obligacje. Rozmówcy, zainteresowanemu dalszymi informacjami, przekazywano informację, iż mogą one być udzielone wyłącznie w ramach przedstawienia rozmówcy propozycji nabycia wraz z warunkami emisji obligacji, które to dokumenty zostaną przesłane rozmówcy drogą mailową po zakończeniu rozmowy lub przedstawione podczas kolejnego spotkania.

Poniższe dokumenty miały być przekazywane potencjalnemu obligatariuszowi po wyrażeniu przez niego zainteresowania obligacjami to:

1. Propozycja Nabycia - skan podpisany przez pełnomocników, ale oświadczenia musiały być podpisane przez emitenta,
2. Warunki Emisji Obligacji - skan podpisany przez emitenta,
3. Formularz zapisu na obligacje - najlepiej niepodpisany jeszcze przez emitenta,
4. Sprawozdanie finansowe za ostatni rok obrotowy, a także skonsolidowane sprawozdanie finansowe,
5. Zgoda marketingowa,
6. Prezentacja sprzedażowa.

Dowód: zaktualizowane wytyczne dotyczące procesu sprzedaży obligacji, mail przesłany (wraz z ww. dokumentem) do tzw. doradców w dniu 25 stycznia 2018 r. o godz. 10:02, k. 2404 akt adm.

W dniu 14 listopada 2016 r. Dyrektor ds. (...) rozesłał do pracowników wcześniejsze wytyczne dot. procesu sprzedaży.

Pierwszy etap – WYTYCZNE:

I. ROZMOWA TELEFONICZNA (DOTYCZY DORADCÓW (...))

1. Rozmowa odbywa się wyłącznie w celu nawiązania pierwszego kontaktu i wstępnego rozeznania, czy rozmówca w ogóle byłby zainteresowany spotkaniem lub jakąkolwiek formą rozwiązań finansowych, nie wolno przedstawiać mu warunków emisji!

2. Nie wolno mówić, że dzwoni się, aby zainteresować obligacjami.

3. Można powiedzieć:

3.1. Dzwonię do Pana ponieważ chciałabym zainteresować Pana sposobem na pomnażanie kapitału/ oszczędności. W portfolio mam np. spółkę, która jest jednym z liderów na rynku zarządzania wierzytelnościami, czyli tzw. windykacji należności. Spółka finansuje działalność zarówno ze środków własnych jak i kapitału zewnętrznego. Koszt kapitału zewnętrznego, jak wynika z publicznych raportów spółki, wynosił historycznie np. dla obligacji ok. 7%.

3.2. Chciałabym zaproponować Panu spotkanie, gdzie nasz doradca przedstawi Panu możliwe płaszczyzny współpracy oraz przybliży profil spółki (...), która o stabilnie i dynamicznie się rozwija, finansując działalność zarówno ze środków własnych jak i kapitału zewnętrznego. Koszt kapitału zewnętrznego, jak wynika z publicznych raportów spółki, wynosił historycznie np. dla obligacji ok. 7%.

4. WAŻNE!

4.1. Należy mówić „emituje” co świadczy o tym, że „w ogóle emituje” co jest faktem znanym na rynku, a nie „jest emitentem”

4.2. Należy używać opcji 1.3.1 albo I.3.2 - nie wolno ich łączyć - nie powinno się w rozmowie pojawić wspólnie „emituje” i „pomnażanie kapitału” albo jeden albo drugi wariant!

4.3. Nie wolno sugerować, że cel spotkania jest inny, niż w pkt. I.3, w szczególności podawać, że chodzi o inne sposoby lokowania kapitału lub innych emitentów.

5. Po rozmowie można przesłać rozmówcy raporty okresowe grupy kapitałowej (...), a także prezentacje dotyczące grupy, pod warunkiem, że prezentacje nie zawierają informacji ponad te zamieszczone w raportach okresowych oraz mają charakter obiektywnie informacyjny, a nie marketingowy czy PRowy. Na tym etapie materiały nie mogą zachęcać do nabycia obligacji spółki czy promować/reklamować (...) lub spółki z grupy.

6. WAŻNE! Przedstawienie jakichkolwiek informacji zawartych w Warunkach Emisji Obligacji, w szczególności dotyczących oprocentowania i okresu zapadalności, jest kategorycznie zabronione na tym etapie.

7. (UWAGA! NIE DOTYCZY WSI!!) Materiały wysyłane po rozmowie:

7.1. Zgoda marketingowa - pytanie na samym początku rozmowy.

7.2. Link do raportu okresowego Grupy Kapitałowej (...): [http: / / www. \(...\)](http://www. (...))

7.3. Prezentacje „niesprzedawowe” nie wykraczające zakresem informacji poza raporty, o których mowa w pkt. 1.5.

8. Rozmowa powinna zakończyć się umówieniem spotkania w celu bliższego zapoznania rozmówcy albo z profitem emitenta albo z możliwymi formami rozwiązań finansowych (w zależności od wariantu rozmowy). To jest jedyny cel rozmowy.

Drugi etap (spotkanie) – WYTYCZNE:

II. SPOTKANIE Z KLIENTEM (DOTYCZY TYLKO DORADCÓW)

1. Na początku staramy się zdobyć zawsze zgodę marketingową.

2. Następnie, o ile nie jesteśmy pewni intencji klienta, prowadzimy rozmowę jak przy rozmowie telefonicznej bez przedstawienia PN i WEO.

3. Po wstępny, dyskretnym rozeznaniu, czy klient byłby zainteresowany obligacjami, przedstawiamy odpowiedni PN i WEO.

4. WAŻNE!! Każda przedstawiona PN i WEO zmniejsza pulę 149 PN, które można przekazać w ramach jednej emisji.

5. WAŻNE!! Należy mieć przy sobie prezentację (...) oraz raport okresowy grupy (...). Jeżeli rozmowa telefoniczna wskazywała, że będzie finalizacja na spotkaniu, bo klient bardzo na tak i boimy się, że nam ucieknie, jak nie podpiszemy od razu, to wyjątkowo można przed spotkaniem zamówić dokumenty u Operacji i mieć te dokumenty przy sobie. Jednak nie należy ich pokazywać klientowi zanim nie będzie zainteresowany warunkami oferty.

6. Jeżeli rozmówca będzie zainteresowany dalszymi informacjami, należy poinformować go, że mogą one być udzielone wyłącznie w ramach przedstawienia rozmówcy propozycji nabycia (PN) wraz z warunkami emisji obligacji (WEO), które to dokumenty zostaną przesłane rozmówcy drogą mailową po zakończeniu rozmowy lub przedstawione podczas rozmów.

7. WAŻNE! Przed przedstawieniem telefonicznie PN oraz WEO (trzeba koniecznie to i to!) trzeba poprosić rozmówcę o adres mailowy - niezależnie, czy mamy go w bazie. Takie przedstawienie warunków oferty jest tożsame z przedstawieniem warunków na spotkaniu i należy po takiej rozmowie niezwłocznie zamówić w Operacjach PNkę i WEO, a przed przedstawieniem klientowi warunków telefonicznie upewnić się, że pula PNek się nie wyczerpała.

8. WAŻNE!! Każda przedstawiona PN i WEO (także przedstawione telefonicznie, zmniejsza pulę 149 PN, które można przekazać w ramach jednej emisji.

9. Komplet dokumentów to:

9.1. Propozycja Nabycia - skan podpisany przez pełnomocników, ale oświadczenia muszą być przez emitenta podpisane

9.2. Warunki Emisji Obligacji - skan podpisany przez emitenta

9.3. Formularz zapisu na obligacje - najlepiej niepodpisany jeszcze przez emitenta

9.4. Sprawozdanie finansowe za ostatni rok obrotowy, a w przypadku (...) także skonsolidowane sprawozdanie finansowe.

9.5. Zgoda marketingowa.

9.6. Prezentacja sprzedażowa.

10. WAŻNE!! Nie wolno samodzielnie przygotowywać żadnych materiałów, w szczególności PN! Nie wolno też wysłać żadnych PN i WEO ani żadnych innych dokumentów związanych z emisją lub emitentem, jeżeli nie otrzymało się ich od Operacji lub z CRM.

11. Ponieważ można dla każdej emisji wysłać tylko 149 PN wraz z WEO, ważne jest, aby przedstawiać PN oraz WEO podczas spotkania, gdy mamy stosunkowo dużą pewność, że rozmówca obejmie obligacje.

Wszelkie wątpliwości proszę zgłaszać niezwłocznie do osoby odpowiedzialnej za IR w lub do osoby przeprowadzającej szkolenia.

Dowód: Wytyczne dotyczące procesu sprzedaży obligacji, k. 2403 akt adm.; Zagajenia sprzedażowe, k. 2406 akt adm., Wiadomość email z 14 listopada 2016 r., k. 2402 akt adm.

W toku postępowania administracyjnego, pismem z 26 września 2012 roku Spółka załączyła pisma – reklamacje obligatariuszy, w ich treści podnoszono, m.in. (dotyczy reklamacji złożonych w sytuacji, kiedy obligacje kupione zostały wskutek działania pracowników spółki (...) S.A.)

- Reklamacja M. M. (1) z 27 lipca 2018 roku:

oferta nabycia obligacji z końca lutego 2017, kontakt ze strony pracownika firmy (...) SA., Spółka została przedstawiona jako działająca prężnie na rynku, propozycja nabycia obligacji zaprezentowana jako propozycja skierowana do niewielkiej liczby osób i ograniczona w czasie. Pracownik spółki zapewniał o stuprocentowej pewności odzyskania zainwestowanych środków. Kolejny zakup odbył się po kontakcie z 27 listopada 2016 roku, ponownie poinformowano konsumenta o w limitowanym produkcie, zabezpieczeniach na podstawie art. 777 k.p.c. (k. 6 akt adm.);

- Reklamacja R. M. z 17 lipca 2018 roku:

oferta nabycia obligacji została złożona przez pracownika spółki (...) S.A. po kontakcie z 6 lipca 2017 roku. W reklamacji wskazano, że oferta przedstawiona została jako pewna lokata bez żadnego ryzyka, skierowana do wybranych obligatariuszy, obligacje miały pochodzić z ostatniej dostępnej puli, zabezpieczone aktem notarialnym, a więc nieobciążone żadnym ryzykiem. (k. 16 akt adm.);

- Reklamacja M. M. (2) z 9 lipca 2018 roku:

oferta nabycia obligacji została złożona przez pracownika spółki (...) S.A., w treści reklamacji wskazano, że klient uzyskał zapewnienie o dużym zabezpieczeniu i kapitale spółki, który gwarantuje i równoważy ewentualną stratę. Klienta poinformowano, że proponowana inwestycja jest jak lokata kapitału, posiada zabezpieczenie w formie art. 777 k.p.c. oraz zabezpieczenie z Funduszu Gwarancyjnego. Nie poinformowano o ryzyku tej inwestycji. (k. 18 akt adm.);

- Reklamacja J. S. z 10 sierpnia 2018 roku:

oferta ze strony pracownika (...) S.A. z 12 stycznia 2018 roku. Klient zwrócił uwagę na to, że został wprowadzony w błąd co do bezpieczeństwa produktu, kondycji spółki oraz gwarancji zysku. (k. 22 akt adm.);

- Reklamacja F. Ż. z 13 lipca 2018 roku:

oferta nabycia złożona przez pracowników spółki (...) S.A. po kontakcie w marcu 2018 roku. Klient został poinformowany o tym, że nie istnieje żadne ryzyko, spółka jest w dobrej kondycji finansowej i ciągle się rozwija. Klienta poinformowano na temat „przecieku” odnośnie zbliżającego się sprawozdania finansowego i oczekiwanych wysokich zysków. Poinformowano go również o tym, że należy się spieszyć się z decyzją, ponieważ obligacji jest 149, a wielu zainteresowanych. Po spotkaniu potencjalnych nabywców poinformowano, że sprzedaż obligacji funkcjonuje tylko do końca miesiąca – później nie będą w sprzedaży. Po kilku dniach od przelania środków na poczet zakupu obligacji obrót nimi został wstrzymany decyzją KNF. (k. 23 akt adm.);

- Reklamacja A. K. (1) z 5 lipca 2018 roku:

w treści reklamacji wskazała, że została zapewniona o bezpieczeństwie inwestycji, oraz o tym że nie istnieje żadne ryzyko upadku spółki lub utraty środków. Poinformowano również o gwarancjach państwowych ze strony Bankowego Funduszu Gwarancyjnego dla (...) S.A. i nadzorze ze strony KNF, jak również o zabezpieczeniach wynikających z art. 777 k.p.c. (k. 27 akt adm.);

- Reklamacja S. N. z 4 lipca 2018 roku:

z jej treści wynika że nabywca obligacji został wprowadzony w błąd co do rzeczywistej kondycji (...) S.A. (k. 37 akt adm.);

- Reklamacja B. B. (1) z 6 września 2018 roku:

obligacje zakupione zostały w lutym 2018 roku na podstawie oferty złożonej przez prawnika (...) S.A., obligatariuszka nie uzyskała potwierdzenia zakupu (k. 38 akt adm.);

- Reklamacja Z. S. z 13 czerwca 2018 roku: (k. 39 akt adm.)
- Reklamacja Z. W. (1) 30 maja 2018:

akcje zostały nabyte częściowo za pośrednictwem pracownika spółki (...) S.A. (część (...) Bank), wskazano, że obligacje są bezpieczne jak lokata bankowa, a firma rozwija się prężnie. Jako firma windykacyjna jest solidna i wywiązuje się ze swoich zobowiązań, nabywcę zapewniono o wysokim bezpieczeństwie oferowanych obligacji. (k. 41 akt adm.);

- Reklamacja K. M. z 28 lipca 2018 roku:

akcje zostały nabyte po kontakcie telefonicznym z listopada 2017 roku ze spółką (...) S.A. Podkreślono, iż oferowany produkt jest limitowany i skierowany do niewielkiej liczby osób. Autorka reklamacji podkreśla, że została wprowadzona w błąd co do bezpieczeństwa pieniędzy oraz kondycji firmy (...) S.A., a umowa zawarta została pod presją czasu. (k. 43 akt adm.);

- Reklamacja M. D. (2) z 8 lipca 2018 roku:

potencjalnego nabywcę zapewniano o bezpieczeństwie obligacji i dobrej kondycji rozwijającej się spółki. Poinformowano, że powinien śpieszyć się z decyzją, bo zapisy kończą się 6 października 2017 roku. W reklamacji wskazano, iż kupujący został wprowadzony w błąd w zakresie ryzyka związanego z obligacjami, oraz w zakresie sytuacji finansowej emitenta. Poinformowano go, że zabezpieczenie zobowiązań emitenta jest jednoznaczne z zabezpieczeniem obligacji gwarancjami Bankowego Funduszu Gwarancyjnego. Nie został poinformowany o tym, że emitent planuje kolejne emisje obligacji skutkujące zadłużeniem firmy (...) S.A., ponadto zarówno w trakcie rozmów telefonicznych jak i na spotkaniach wywierano presję na kupującego, aby szybko podjął decyzję (k. 53 akt adm.);

- Reklamacja G. Ś. z 16 lipca 2018 roku:

obligacje nabyte zostały po kontakcie z pracownikami spółki (...) S.A. po kontakcie z września 2017 roku. Kupującą zapewniano o bardzo dobrych wynikach finansowych za pierwsze półrocze 2012 roku w grupie kapitał kapitałowej (...) S.A. W treści reklamacji wskazano, iż kupująca została wprowadzona w błąd co do bezpieczeństwa i odpowiedzialności emitenta za obligacje oraz co do kondycji spółki i dostępności produktu. (k. 55 akt adm.);

- Reklamacja R. A. z 21 lipca 2018 roku:

oferta nabycia obligacji została złożona przez pracownika spółki. Kupującego poinformowano, że zakup obligacji jest inwestycją bezpieczną, a firma jest znana, stabilna, nie ma żadnego ryzyka jej upadku i utraty środków. Poinformowany został również o gwarancjach państwowych dla (...), w tym ze strony Bankowego Funduszu Gwarancyjnego oraz o nadzorze ze strony komisji nadzoru finansowego i zabezpieczeniu wynikającym z art. 777 k.p.c. Kupującego poinformowano, iż jest to oferta ekskluzywna, a decyzje należy podjąć „na wczoraj” bo oferta przepadnie. (k. 60 akt adm.);

- Reklamacja W. W. (1) z 10 września 2018 roku:

nabywca został poinformowany, że obligacje są produktem bezpiecznym, nie połączonym z ryzykiem utraty kapitału ani odsetek – „jak lokata”, oferta skierowana wyłącznie do nielicznej grupy klientów banku – wybranych, produkt objęty Bankowym Funduszem Gwarancyjnym. Wskazano, iż spółka jest w bardzo dobrej kondycji finansowej. Obligacje zostały nabyte 30 maja 2017 roku. (k. 62 akt adm.);

- Reklamacja A. K. (2) z 10 lipca 2018 roku,

obligacje zostały zakupione w siedzibie (...) S.A. w W.. Kupującą poinformowano o dobrej kondycji spółki, o tym, że „niemożliwe jest, aby coś poszło nie tak”, o gwarancjach zwrotu kapitału oraz o ekskluzywności produktu – oferta kierowana do wybranych inwestorów (k. 211 akt adm.).

Analogiczne kwestie poruszano w pozostałych reklamacjach znajdujących się w aktach administracyjnych. Reklamacje częściowo dotyczą obligacji nabytych za pośrednictwem innych podmiotów – (...) Bank, (...) Bank, (...) i inne. Dotyczy to również reklamacji przekazanych (i załączonych do akt) przez rzecznika finansowego pismem z 1 czerwca 2018 roku. (k. 213 aa akt adm.)

Niektórzy reklamujący podkreślali brak wiedzy na temat produktów finansowych i doświadczenia w inwestowaniu.

Dowód: Reklamacje nabywców obligacji: k. 43 akt adm., k. 53 akt adm., k. 60 akt adm.

Reklamacje złożone w wyniku nabycia obligacji, poprzez działanie pracowników spółki (...):

Ilość:	Przekazano informacje związane z wysokim stopniem bezpieczeństwa inwestycji	Przekazano informacje co do dostępności czasowej produktu	Przekazano informacje co do ekskluzywności oferty
17	12 - 70%	9 - 52%	7 - 41%

Z treści korespondencji e-mail zamieszczonej na stronie internetowej: (...) przesłanej pod koniec lipca 2017 r. przez wiceprezesa do spraw finansowych, (...) Spółki do Prezesa (...) wynika zła sytuacja finansowa Spółki, spowodowana pogłębiającymi się stratami już w lipcu 2017 r.

Dowód: korespondencja e-mail zamieszczona na stronie internetowej, k. 316-317 akt adm., k. 2432 akt adm.

Powyższy stan faktyczny został ustalony w oparciu o dowody z dokumentów zgromadzonych w postępowaniu administracyjnym i sądowym oraz fakty powszechnie znane, które nie były przez żadną ze stron niniejszego postępowania kwestionowane. W toku rozprawy przeprowadzono dowód z zeznań świadka T. T. na okoliczność sposobu organizacji sprzedaży obligacji w ramach (...) w latach 2016-2018 r., sposobu prowadzenia rozmów z klientami w toku oferowania obligacji i informacji przekazywanych klientom w trakcie tych rozmów profilu klienta – nabywcy obligacji emitowanych przez (...) i tego, do kogo była kierowana oferta nabycia obligacji, które Sąd uznał za wewnętrznie logiczne, wiarygodne i korespondujące z materiałem dowodowym zgromadzonym w sprawie.

Sąd postanowił dopuścić dowód z zeznań strony, ograniczając go do przesłuchania strony powodowej w osobie R. B. na fakt przeprowadzonych w spółce badań konkurencji i wyników w zakresie działalności spółki w zakresie obligacji, sposobu prowadzenia rozmów i zakres udzielania informacji zainteresowanym klientom (...), roli Prezesa jako przewodniczącego rady wierzycieli (...) w roku postępowania układowego i toku przyjęcia układu, skutku decyzji Prezesa UOKiK dla interesu obligatariuszy w kontekście przyjętego układu. Sąd uznał zeznania strony za wiarygodne i spójne z materiałem zgromadzonym w postępowaniu, jakkolwiek nie wniosły one zasadniczo nic, jeżeli chodzi o fakty istotne dla rozstrzygnięcia.

Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: uokik) zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Za zachowania przedsiębiorcy, które w szczególności naruszają zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca uznał nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik).

Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1. (art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym – „upnpr”).

Ustawodawca zamieścił w artykule 5 cytowanej ustawy przesłanki uznania praktyki rynkowej za działanie wprowadzające w błąd, tak też:

1. Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

2. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności:

1) rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji;

2) rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd;

3) działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza w rozumieniu art. 16 ust. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. poz. 1503, z późn. zm.);

4) nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk.

3. Wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć:

1) istnienia produktu, jego rodzaju lub dostępności,

2) cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem;

3) obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług, części, wymiany lub naprawy;

4) praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy;

5) ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej;

6) rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień.

4. Przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

W myśl art. 2 pkt 7 upnpr za decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.

W decyzji zaskarżonej w niniejszym postępowaniu, Prezes UOKiK uznał, iż Przedsiębiorca swoim zachowaniem dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W punkcie pierwszym, zarzucił powodowej spółce wprowadzanie konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do bezpieczeństwa inwestycji w wyemitowane obligacje korporacyjne poprzez przekazywanie konsumentom informacji sugerujących, że ww. inwestycje w obligacje cechują się wysokim stopniem bezpieczeństwa, a utrata zainwestowanych środków jest mało prawdopodobna, co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli.

Sąd podzielił stanowisko pozwanego zawarte w punkcie pierwszym Decyzji. Ocena dokonana przez Prezesa UOKiK jest słuszna i znajduje oparcie w materiale dowodowym zgromadzonym w niniejszym postępowaniu. Jak ustalono, Spółka rozpowszechniała nieprawdziwe informacje co do bezpieczeństwa wyemitowanych obligacji korporacyjnych. W trakcie rozmów prowadzonych z konsumentami, sugerowano, że inwestycje w obligacje cechują się wysokim stopniem bezpieczeństwa, a utrata zainwestowanych środków jest mało prawdopodobna. Z treści reklamacji zgromadzonych w toku postępowania administracyjnego wynika, że spółka nie przedstawiła konsumentom specyfiki produktu jakim są obligacje korporacyjne. Konsumenty wskazywali, że zapewniano ich o nieznanym ryzyku planowanej inwestycji, podczas gdy jest to sprzeczne z istotą tego instrumentu finansowego. Rodziło to przekonanie, iż zainwestowane w obligacje środki zapewnią stabilny zysk, a niejednokrotnie podkreślano, iż bezpieczeństwo jest takie jak lokat bankowych – zabezpieczonych przez fundusz gwarancyjny. Słusznie podkreślił Prezes UOKiK, że przeświadczenie o bezpieczeństwie inwestycji stanowi silny determinant mający wpływ na podjęcie decyzji o zawarciu umowy na zakup obligacji korporacyjnych. Konsument nie był informowany o tym, że inwestycja może wiązać się z utratą środków i jest uzależniona od powodzenia inwestycji emitenta. Nie ulega wątpliwości Sądu, iż opisane działania Spółki polegały na wprowadzaniu konsumentów w błąd, ponieważ informacje przekazywane przez spółkę nie były prawdziwe. Ponadto, brak przekazywania informacji związanych z bezpieczeństwem obligacji korporacyjnych miał na celu skłonienie do ich zakupu. Wbrew informacjom przekazywanym konsumentom, spółka nie wprowadziła mechanizmów które mogłyby zapewnić obligatariuszom brak straty środków niezależnie od swojej kondycji finansowej czy podejmowanych przez siebie decyzji biznesowych. Dlatego też, Sąd stwierdził za Prezesem UOKiK, iż opisane działanie stanowi nieuczciwą praktykę rynkową o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070 ze zm.) oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

W drugim punkcie zaskarżonej decyzji Prezes UOKiK zarzucił powodowej spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, poprzez wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W., przez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji co do sytuacji finansowej Spółki, tj. przekazywanie konsumentom informacji o stabilnej sytuacji spółki, co mogło spowodować podjęcie przez konsumentów decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjęli.

Zdaniem Sądu, zarzut ten jest uzasadniony i niewątpliwie znajduje oparcie w materiale dowodowym. Podobnie, jak wyżej, Spółka wprowadzała konsumentów w błąd poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji. Konsumentów zapewniano, że „firma jest znana i stabilna”, „nie ma żadnego ryzyka jej upadku”, „spółka jest wypłacalna i ciągle się rozwija”. Właściwe było uznanie przez organ, że tego rodzaju sformułowania kierowane do konsumentów miały na

celu ułatwienie podjęcia decyzji o zakupie, której nie podjęliby, podejrzewając iż spółka może nie podolać realizacji swoich zobowiązań. Konsument nie posiadał wiedzy w zakresie podejmowanego ryzyka, ponieważ przekonywano go o bezpieczeństwie związanym zarówno z oferowanym produktem (pkt 1. decyzji), jak i ze stabilnością finansową spółki (pkt 2. decyzji). Zgodzić się należało z Prezesem UOKiK, iż działanie to winno zostać zakwalifikowane jako działanie wprowadzające konsumenta w błąd polegające na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr), dotyczących sytuacji gospodarczej przedsiębiorcy (art. 5 ust. 3 pkt 6 upnpr).

W punkcie trzecim Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, działanie (...) polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd w toku oferowania obligacji korporacyjnych wyemitowanych przez (...) Spółkę Akcyjną w restrukturyzacji z siedzibą w W. poprzez rozpowszechnianie informacji, po pierwsze - co do ekskluzywności oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) poprzez sugerowanie, że dostęp do ww. obligacji jest limitowany lub oferta nabycia ww. obligacji ma charakter niepowtarzalny, oraz po drugie - co do dostępności czasowej oferowanych obligacji korporacyjnych emitowanych przez (...) poprzez wskazywanie, że obligacje tego przedsiębiorcy będą dostępne tylko przez bardzo krótki czas, w celu nakłonienia konsumentów do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej zakupu obligacji i pozbawienia ich tym samym możliwości świadomego wyboru produktu, pomijając informację o dotychczasowej częstotliwości emisji tych obligacji, co mogło spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji odnośnie nabycia oferowanych obligacji, której inaczej by nie podjął, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. upnpr oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Stanowisko to zasługiwało na podzielenie w całej rozciągłości. Skarżący wskazywali, iż przedstawiana oferta wydawała się ofertą o wysokim walorze wyjątkowości. Informowano konsumentów o tym, że oferta jest adresowana do wybranych osób, co niewątpliwie rodziło w konsumentach przeświadczenie, iż oferta która jest „ograniczona w czasie” wymaga podjęcia szybkiej decyzji. Informowano, że oferta jest kierowana do obligatariuszy, których nie może być więcej niż 149. Konsumenty wyjaśniali, że działania spółki zmierzały do przekonania, jakoby ofertowany produkt był skierowany do wąskiego grona, wyłonionego spośród potencjalnych obligatariuszy. Niewątpliwie, sposób prezentacji, skoncentrowany na podkreśleniu ekskluzywności produktu wpłynął na postrzeganie go, jako bardziej atrakcyjnego. Sprawilo to, iż nabywca czuł się osobą wyróżnioną, co z pewnością mogło wpłynąć na podjęcie decyzji o zapoznaniu się z ofertą, zwłaszcza biorąc pod uwagę przekonanie, że taka okazja może się nie powtórzyć. Oczywiście – niepubliczny charakter – oferty ograniczał liczbę potencjalnych zainteresowanych. I z tego powodu nie można czynić spółce zarzutu. Ale nieuczciwym było (co zdaje się być regułą w świetle ustaleń faktycznych) zatajanie informacji o tym, że emisje obligacji mają miejsce regularnie. I nawet, gdyby klient nie zdecydował się pod presją czasu na zakup obligacji oferowanych mu w ramach określonej (ograniczonej) subskrypcji, za chwilę będzie następna (może z nieco innymi warunkami). Poinformowanie konsumenta o tym, że liczba obligatariuszy spółki liczy kilka tysięcy osób, a nie, jedynie 149, zmniejszyłaby zainteresowanie produktem, gdyż umniejszałaby jego wyjątkowość. W efekcie, konsument posiadając pełną wiedzę o dostępności produktu, mógłby nie podjąć decyzji o jego nabyciu.

Analogicznie wygląda kwestia informowania konsumenta o ograniczonej - czasowej dostępności oferowanego produktu. Pierwszy kontakt z konsumentem odbywał się telefonicznie z inicjatywy spółki. Przekonywano konsumenta o możliwości stabilnego rozwiązania finansowego, umożliwiającego pomnożenie kapitału, którego dostępność jest ograniczona czasowo. W przypadku umówienia spotkania z pracownikiem Spółki, ponawiano informację o ograniczeniu czasowym prezentowanej oferty. W złożonych reklamacjach konsumenci wskazywali, że byli informowani jakoby prezentowana oferta była ograniczona w czasie, a deklaracja jej nabycia powinna zostać złożona „na wczoraj”.

Opisany model działania zawarto w Wytycznych dotyczących procesu sprzedaży. W treści dokument wprost zostało wskazane, że konsument powinien być informowany, że „dostępność oferty ogranicza nam czas”. Wytyczne zawierały także mechanizm wywierania presji, poprzez sformułowanie np. „Jeżeli rozmowa telefoniczna wskazywała, że będzie finalizacja na spotkaniu bo klient bardzo na tak i boimy się, że nam ucieknie, jak nie podpiszemy od razu...” (pkt 5). Taka forma przekazu mogła rodzić przekonanie, iż emisje obligacji mają charakter incydentalny, co stoi w sprzeczności z materiałem dowodowym zebrany w sprawie bowiem w okresie pomiędzy 24 stycznia 2018 r. a 29

marca 2018 r. doszło do [tajemnica przedsiębiorstwa] emisji na takich samych warunkach, różniących się zaledwie numerem serii emitowanych obligacji. Słusznie wskazał pozwany, iż czas jaki konsument miał na dokonanie zapisu na poszczególne emisje obligacji (...) faktycznie był krótki, jednak dla konsumenta nie miałoby to znaczenia, gdyby został mu przedstawiony szerszy kontekst emisji obligacji Spółki, w tym wskazano by mu na powtarzalność i dotychczasowy harmonogram zapisu. Poza tym presja, której był poddawany konsument ograniczała również możliwość zapoznania się przez niego z dokumentacją określającą warunki emisji oraz analizy informacji, o których mowa w art. 35 ustawy o obligacjach. Niewątpliwie, tego rodzaju praktyka Przedsiębiorcy zmierzała do szybkiego podjęcia decyzji przez konsumenta, działającego w przekonaniu o ograniczonej czasowo dostępności produktu, a zarazem działającego w zaufaniu do informacji uzyskanych na temat bezpieczeństwa tego typu inwestycji, co niewątpliwie wypełnia cechy nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr oraz narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik.

Sąd przychylił się do sposobu i formy orzeczonego przez Prezesa UOKiK, w punkcie czwartym decyzji, obowiązku usunięcia trwałych skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez złożenie oświadczenia o treści szczegółowo określonej w decyzji (s. 3-4 decyzji). Środki użyte w decyzji muszą być proporcjonalne do naruszenia, co w ocenie Sądu zostało uwzględnione. Ponadto, konsumenci powinni posiadać wiedzę o stosowanych przez Spółkę praktykach, zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK, a zarazem o tym, iż działania opisane w decyzji są wobec nich bezskuteczne i mają możliwość indywidualnego dochodzenia od przedsiębiorcy roszczeń w tym zakresie. Jak słusznie wyjaśnił Sąd Najwyższy w uzasadnieniu Postanowienia z dnia 23 kwietnia 2015 r., wydanego w sprawie toczącej się pod sygn. akt III SK 61/14, w przypadku praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przybierających postać nieuczciwych praktyk rynkowych nałożenie obowiązku publikacyjnego służy, usunięciu takich skutków, gdyż pozwala dotrzeć do konsumentów z informacją o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki.

Przechodząc do zarzutów sformułowanych przez stronę powodową w pierwszej części odwołania, trzeba wskazać, iż Powód zasadniczo kwestionuje ustalenia faktyczne poczynione przez organ. Zdaniem Spółki, przyjęty przez Prezesa stan faktyczny zawarty w zaskarżonej decyzji został oparty na pojedynczych i wybiórczych dowodach. W ocenie Spółki, Prezes UOKiK, dokonał błędnych ustaleń, co doprowadziło do błędnego uznania, że (...) dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Należy rozpocząć od wyjaśnienia, iż zarzuty naruszenia przepisów postępowania administracyjnego są chybione. Sąd Okręgowy podziela utrwalone w judykaturze stanowisko, iż zasadniczo tego typu zarzuty są nieskuteczne przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, ponieważ Sąd ten nie może ograniczyć sprawy wynikającej z odwołania od decyzji Prezesa Urzędu tylko do funkcji sprawdzającej prawidłowość postępowania administracyjnego, które poprzedza postępowania sądowe. Celem postępowania nie jest przeprowadzenie kontroli postępowania administracyjnego, ale merytoryczne rozstrzygnięcie sprawy, której przedmiotem jest spór między stronami powstający dopiero po wydaniu decyzji przez Prezesa Urzędu. Postępowanie sądowe przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest postępowaniem kontradyktoryjnym, w którym uwzględnia się materiał dowodowy zebrany w postępowaniu administracyjnym, co nie pozbawia jednak stron możliwości zgłoszenia nowych twierdzeń faktycznych i nowych dowodów, według zasad obowiązujących w postępowaniu odrębnym w sprawach gospodarczych. Sąd antymonopolowy jest sądem cywilnym i prowadzi sprawę cywilną, wszczętą w wyniku wniesienia odwołania od decyzji Prezesa Urzędu, według reguł kontradyktoryjnego postępowania cywilnego, a nie sądem legalności decyzji administracyjnej, jak to czynią sądy administracyjne w postępowaniu sądowo-administracyjnym. Tylko takie odczytanie relacji pomiędzy postępowaniem administracyjnym i postępowaniem sądowym może uzasadniać dokonany przez racjonalnego ustawodawcę wybór między drogą postępowania cywilnego i drogą postępowania sądowo-administracyjnego dla wyjaśnienia istoty sprawy (por. np.: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29 maja 1991 r., sygn. akt III CRN 120/91; postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 7 października 1998 r., sygn. akt I CKN 265/98; postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 11 sierpnia 1999 r., sygn. akt I CKN 351/99; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19 stycznia 2001 r., sygn. akt I CKN 1036/98; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 20 września 2005 r., sygn. akt III SZP 2/05). Sąd Okręgowy uznaje, że nawet gdyby przyjąć, że w postępowaniu administracyjnym doszło do uchybień proceduralnych, to zarzuty w tym zakresie nie mogą być skuteczne, o ile uchybienia te mogą być sanowane w toku

postępowania sądowego mającego na celu merytoryczne rozstrzygnięcie sporu, bowiem tutejszy Sąd zobowiązany jest do wszechstronnego zbadania wszystkich istotnych okoliczności sprawy, przy uwzględnieniu zasad rozkładu ciężaru dowodu i obowiązku stron w postępowaniu dowodowym.

Jeżeli natomiast chodzi o kwestię wybiórczych ustaleń dotyczących reklamacji - w toku postępowania Sąd zapoznał się ze wszystkimi reklamacjami złożonymi na etapie postępowania administracyjnego, a także dopuścił dowód z oględzin nagrań rozmów telefonicznych zmierzających do zachęcenia do pierwszego spotkania z konsumentem. Na tej podstawie poczynił ustalenia zbieżne z ustaleniami dokonanyymi przez organ. Jedyna korekta decyzji dotyczyła fragmentu uzasadnienia decyzji, w części zatytułowanej „Decyzja Prezesa UOKiK jako prejudykat”, o czym mowa będzie poniżej.

Wracając do zarzutu pierwszego, Sąd nie podzielił zawartej w nim argumentacji Spółki. Zdaniem Powoda błędne jest uznanie, iż Spółka wprowadzała w błąd, co do bezpieczeństwa inwestycji, ekskluzywności i dostępności czasowej produktu, jak również względem sytuacji finansowej spółki. Jak wynika z materiału dowodowego sprawy, Spółka, m.in. w oparciu o sporządzone na potrzeby rozmów z konsumentami wytyczne, dopuściła się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Obszerny materiał dowodowy zgromadzony w sprawie, daje obraz przyjętego modelu działania Spółki, który niewątpliwie stanowi naruszenie interesu publicznego. Stosowane przez spółkę praktyki mogły naruszać interesy nieograniczonego kręgu konsumentów, tj. każdego aktualnego i potencjalnego klienta. W zasadzie, bez znaczenia jest okoliczność, iż ustalenia Prezesa zostały oparte na nielicznych reklamacjach, bowiem na już na ich podstawie możliwe było zaobserwowanie schematu działania Powoda. Praktyka przyjęta przez Spółkę mogła dotknąć każdego potencjalnego konsumenta. Spółka opierała się bowiem na przyjętym, wewnętrznym schemacie, stosowanym w procesie sprzedaży i obowiązującym wszystkich pracowników Spółki. Należy przez to rozumieć, że nie ilość faktycznych potwierdzonych naruszeń, ale ich charakter i związana z tym możliwość (nawet potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Rację ma Pozwany, który wskazał, że ze względu na fakt licznych kilkudniowych emisji obligacji (...), nie można było założyć iż „ta właśnie emisja” była ostatnia. Skoro bowiem jedna emisja kierowana jest do nieokreślonego (choć ograniczonego ilościowo) kręgu konsumentów (odbiorców) to potencjalnie każdy konsument mógł zostać na nią narażony.

Nie mniej pogłębione na etapie sądowym ustalenia prowadzą do wniosku o stosowaniu kwestionowanej praktyki, poprzez wprowadzanie klientów w błąd, m.in.: na temat „bezpiecznego pomnażania kapitału”, „bezpiecznych rozwiązań inwestycyjnych”, o możliwości zapoznania się z „bezpiecznymi rozwiązaniami inwestycyjnymi”, „ pomnażanie kapitału bez zbędnego ryzyka giełdowego lub Walutowego”, wskazując, iż spółka „współpracuje z KNF”, a nawet jest „sąsiadem z KNF”! Dzwoniący pracownicy (...) używali sformułowań: „bezpieczne rozwiązania”, „stabilny zysk”, „bezpieczny zysk”, dwu - trzykrotnie większy zysk niż na lokacie”, „nowe rozwiązania”, „lepsze decyzje inwestycyjne, korporacyjne, 6-8 % rocznie”, „rozwiązania finansowe o wyższej rentowności niż lokata”, „rozwiązania niepubliczne”, wyjątkiem jest sytuacja, gdzie adresat telefonu został poinformowany, że chodzi o obligacje w ofercie niepublicznej.

Spółka mimo, iż zdawała sobie sprawę z pogarszającej się sytuacji finansowej, przekonywała konsumentów o swojej stabilnej pozycji. Trzeba w tym miejscu nawiązać do korespondencji e-mail zamieszczonej na stronie internetowej: (...) przesłanej pod koniec lipca 2017 r. przez wiceprezes do spraw finansowych, z której wynika, że wiedziano o złej sytuacji finansowej Spółki, pogłębiających się stratach już w lipcu 2017 r. We wskazanej korespondencji wiceprezes do spraw finansowych podkreślała, że sytuacja spółki jest na tyle trudna, że czeka ją walka o przetrwanie.

W dalszej części odwołania Powód upatruje słuszności swej argumentacji w stwierdzeniu, iż potencjalni inwestorzy mieli wiedzę i doświadczenie wystarczające do samodzielnej oceny ryzyka w związku z inwestycją w obligacje. Należy zatem odnieść się do modelu przeciętnego konsumenta, który – w ocenie Powoda – został wadliwie ustalony przez organ. Wywody odnoszące się do konsumenta dotyczą konsumenta w rozumieniu art. 2 pkt 8 upnpr tj. konsumenta przeciętnego. Rozumie się przez to konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego

konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego "przeciętność"), polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej oferty. Dlatego tak ważne jest właściwe poinformowanie konsumenta o oferowanym produkcie.

Sąd dokonując powyższej oceny wziął pod uwagę działania powoda odnoszące się do pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów na których praktyka była nakierowana. Nabywcą obligacji (...) mógł być każdy klient bez względu na wiek i doświadczenie inwestycyjne. Założyć należało, że model przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszego postępowania tworzyli konsumenci nie posiadający pogłębionej wiedzy na temat bardziej skomplikowanych produktów inwestycyjnych, w tym obligacji korporacyjnych ani doświadczenia w inwestowaniu. Z pewnością jednak, na co wskazywał Pozwany, w niniejszej sprawie przeciętny konsument był zainteresowany bezpiecznym oszczędzaniem (w rozumieniu ochrony kapitału) i bezpiecznym lokowaniem środków, celem jego spokojnego pomnażania na ile bezpieczne jest lokowanie w tego typu produkty. Ten deficyt wiedzy odnośnie inwestowania - w ocenie Pozwanego - winien zostać zrównoważony przez rzetelne informacje przekazywane konsumentom przez Spółkę. Skoro bowiem (...) skierował ofertę nabycia obligacji korporacyjnych Spółki również do tak określonej grupy klientów, którzy nie odpowiadają zwyczajowej definicji inwestora w obligacje korporacyjne, a więc nie mają odpowiedniej wiedzy i doświadczenia inwestycyjnego, a swoją świadomością nie obejmowali ryzyk związanych z inwestowaniem w obligacje, to taki model przeciętnego konsumenta należy przyjąć.

Powód podnosił, iż jedną z reklamacji na której opierał się ogran była reklamacja złożona przez Z. W. (2). Zdaniem Powoda jest to konsument wykształcony ekonomicznie, co wynika z informacji zamieszczonych w serwisie społecznościowym. Jednakże, nie dowodzi to, że każdy z potencjalnych nabywców obligacji posiadał wiedzę i doświadczenie ekonomiczne na tak wysokim poziomie. Jednocześnie, Sąd pragnie podkreślić, że nawet zakładając, że konsumenci którym oferowano produkt posiadali odpowiednią wiedzę w omawianym zakresie, mieli również prawo do otrzymywania rzetelnych i prawdziwych informacji na temat produktu w kontekście kondycji spółki. Wiedza nawet najlepiej zorientowanego w tematyce obligacji korporacyjnych klienta nic mu nie da – dla oceny ryzyka – jeśli nie otrzyma on rzetelnych informacji o warunkach w jakich emitowane są obligacje – w tym – kondycji spółki. Trudna kondycja spółki (rolowanie długów) zatajana była przed potencjalnymi klientami.

Sąd częściowo podzielił natomiast argumentację Spółki, dotyczącą elementu uzasadnienia zaskarżonej decyzji, znajdującego się na stronie 31 tj. „Decyzja Prezesa UOKiK jako prejudykat”. W orzecznictwie wyrażono pogląd, iż decyzja Prezesa UOKiK może być zaskarżona także w części dotyczącej uzasadnienia (por. uchw. SN z 7.4.1994 r., III CZP 35/94, BSN 1994, Nr 4, s. 9). Sąd Najwyższy taki wniosek wywiódł z przepisów art. 104–113 k.p.a, a w szczególności z przepisu art. 107 § 1 k.p.a, zgodnie z którym uzasadnienie faktyczne i prawne decyzji należy do jej obligatoryjnych składników. Podkreśla się również, że dopuszczalność zaskarżenia samego uzasadnienia decyzji może nastąpić wówczas, gdy w uzasadnieniu zamieszczone zostały treści naruszające podstawowe zasady prowadzenia postępowania wynikające z k.p.a., w szczególności praworządności, prawdy obiektywnej i uwzględnienia słusznego interesu stron oraz jeżeli uzasadnienie narusza prawa strony, jej dobre imię lub utrudnia jej prowadzenie działalności gospodarczej (por. wyr. SAMop z 22.6.1994 r., XVII AMR 45/93, Wok. 1995, Nr 3, s. 52; cyt. za Modzelewską-Wąchal, Ustawa, s. 270, art. 81 OchrKonkurU red. Skoczny 2014, wyd. 2/Błaszczak/Bernatt)

Zasadniczo, zgodzić należy się ze stanowiskiem Prezesa w przedmiocie związania sądów cywilnych decyzją administracyjną, niemniej należy zwrócić uwagę, iż w treści uzasadnienia decyzji znalazło się stwierdzenie: „związanie sądu decyzją prezesa urzędu sprowadzała się do tego, że okoliczności faktyczne stwierdzone w sentencji decyzji stają się elementem ustaleń faktycznych sądu, co oznacza, że w tym zakresie sąd nie przeprowadza odrębnego postępowania

dowodowego, przykładowo w zakresie stwierdzenia wprowadzenia konsumenta w błąd czy naruszenia zakazu tzw. Misellingu.”

Generalnie orzecznictwo, na które powołał się Prezes wpisuje się kierunek wynikający z Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/104/UE z 26 listopada 2014 roku - dotyczącej dochodzenia roszczeń odszkodowawczych.

Skutek stwierdzenia naruszenia (w motywie 34 nie dotyczy tożsamej kwestii) powinien obejmować wyłącznie charakter naruszenia oraz jego zakres przedmiotowy, osobowy, czasowy i terytorialny, na potrzeby ewentualnego odszkodowania.

To znalazło odzwierciedlenie w ustawie z 21 kwietnia 2017 roku o roszczeniach o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji, która – oczywiście - dotyczy zakazów określonych w artykule 101 lub 102 Traktatu oraz w art. 6 i 9 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów.

W konsekwencji, w tejże ustawie art. 30, wprost mówi o tym, że ustalenia prawomocnej decyzji o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję lub prawomocnego wyroku wydanego w wyniku wniesienia środka odwoławczego od takiej decyzji wiążą sąd w postępowaniu o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji co do stwierdzenia naruszenia prawa konkurencji.

Nie mniej należy wyłożyć ten artykuł w kontekście związania sądu cywilnego – o jakie ustalenia dotyczące naruszenia prawa konkurencji chodzi - i tu właśnie wskazówką interpretacyjną jest przytoczony wyżej motyw 34. Są to zwyczajowe elementy decyzji Prezesa - zakres przedmiotowy, osobowy, czasowy i terytorialny, informacje składające się na podstawę oceny prawnej znajdującej się decyzji.

Nawet jednak w tej sytuacji – co należy tu podkreślić – sądy nie powinny być związane ustaleniami faktycznymi prezesa UOKiK, zawartymi w uzasadnieniach rozstrzygnięć (A. Piszcz [w:] Roszczenia o naprawienie szkody wyrządzonej przez naruszenie prawa konkurencji. Komentarz, red. A. Stawicki, D. Wolski, Warszawa 2018, System Informacji Prawnej Lex).

Warto tu również odwołać się uzasadnienia wyroku Sądu Najwyższego z 27 lutego 2019 roku, w sprawie toczącej się pod sygn. akt I NSK 17/18, w którym Sąd wskazał, że związanie oznacza konieczność wzięcia przez sąd pod rozwagę stanu prawnego ukształtowanego albo ustalonego w decyzji i w tym zakresie sąd cywilny nie jest uprawniony do dokonania odmiennej oceny **konsekwencji prawnych** określonych faktów stanowiących podstawę decyzji. (Wyrok SN z 27.02.2019 r., I NSK 17/18, System Informacji Prawnej LEX nr 2643232)

Nie można zatem odmówić sądowi cywilnemu możliwości dokonania samodzielnych ustaleń faktycznych. Ustalenia takie mogą prowadzić do odmiennych wniosków, ale tylko, jeżeli chodzi o ocenę roszczenia odszkodowawczego, nie zaś ocenę określonych faktów (jeżeli takie zostaną ustalone w toku postępowania sądowego analogicznie do ustaleń Prezesa), jeżeli zostały już one w określony sposób ocenione prawnie przez Prezesa lub SOKiK.

Odnosząc się do stanu faktycznego niniejszej sprawy można bowiem wskazać, że w sytuacji klienta, który – tak jak słuchany na ostatnim terminie rozprawy aktualny członek zarządu spółki - został w istocie rzetelnie poinformowany o produkcie – nie zachodziłyby przesłanki do uwzględnienia powództwa odszkodowawczego w toku postępowania cywilnego, bowiem nie ustalono aby miały miejsce fakty, których ocena materialnoprawna pozwala przyjąć, że doszło do naruszenia ustawy o ochronie konkurencji konsumentów.

W konsekwencji należy uznać za istotnie nieprecyzyjne sformułowanie zawarte w inkryminowanym fragmencie uzasadnienia zaskarżonej decyzji, co może ona wprowadzać w błąd potencjalnych konsumentów, chcących wystąpić z powództwem odszkodowawczym. Mogą się oni bowiem poczuć zwolnieni z obowiązku dowodzenia faktów, z których wywodzą skutki prawne zgodnie, z zasadami którymi kieruje się odrębne postępowanie przed sądem cywilnym.

Podsumowując tę część rozważań należało uznać za zasadną zmianę zaskarżonej decyzji poprzez usunięcie z jej uzasadnienia, znajdującego się na stronie 31 fragmentu oznaczonego tytułem „Decyzja Prezesa UOKiK jako prejudykat”.

Kolejne, zarzuty naruszenia prawa materialnego były chybione. Sąd nie miał bowiem wątpliwości, iż wobec wystąpienia przesłanek wynikających z przepisów prawa, opisane w sentencji zaskarżonej decyzji działania powodowej spółki stanowiły praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Także rozważania organu w tym zakresie są wszechstronne i należycie osadzone w materiale dowodowym sprawy.

Sąd pragnie także zwrócić uwagę na brak nałożenia sankcji finansowych na Spółkę przez Prezesa UOKiK. W tej sytuacji wydaje się to ze wszech miar zasadne. Prezes UOKiK uwzględnił, iż Spółka znajduje się obecnie w restrukturyzacji, co uzasadniało także nieobciążenie Spółki kosztami postępowania administracyjnego. Słusznie uznał organ, iż obciążenie spółki karą finansową mogło sprawić, że poszkodowani konsumenci, których spółka naraziła na ogromne straty finansowe, których w większości nie uda się naprawiać – otrzymają jeszcze mniej środków zainwestowanych w obligacje Spółki. Sąd Rejonowy dla Wrocławia - Fabrycznej, Wydział VIII Gospodarczy dla spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych, postanowieniem z 9 maja 2018 r. otworzył przyspieszone postępowanie układowe wobec Spółki (sygn. akt VIII GR 13/18). W trakcie tego postępowania zgromadzenie wierzycieli przyjęło układ, który został następnie zatwierdzony przez Sąd postanowieniem z 6 czerwca 2019 r. (sygn. akt VIH GRp 4/18). Postanowienie o zatwierdzeniu układu uprawomocniło się w dniu 24 lutego 2020 r. Na podstawie układu wierzyciele mają otrzymać część środków zainwestowanych w obligacje.

Z tych względów, Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie art. 479^{31a} § 3 k.p.c. orzekł jak w sentencji.

O kosztach procesu rozstrzygnięto, zgodnie z wyrażoną w art. 98 § 1 k.p.c., zasadą odpowiedzialności za wynik procesu, przyjmując, że powód, jako strona przegrywająca sprawę, zobowiązany jest do zwrotu pozwanemu kosztów procesu, na które złożyło się wynagrodzenie pełnomocnika procesowego w wysokości 720 zł ustalone na podstawie § 14 ust. 2 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych.

SSO Maciej Kruszyński