



DOIK-610-6/17/MJO

Warszawa, dnia 18 sierpnia 2017 r.

POSTANOWIENIE

Na podstawie art. 73a ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r., poz. 229, dalej również „uokik”) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **postanawia podać do publicznej wiadomości** - na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów www.uokik.gov.pl - informację o następującej treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informuje, iż zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że **OneLife Network Limited** (dalej również „Spółka”) z siedzibą w Belize City (Belize) może prowadzić oraz propagować system promocyjny typu piramida związany z projektami OneLife oraz OneAcademy, a także kryptowalutą OneCoin, w ramach którego konsument dokonuje zakupu tzw. „pakietu edukacyjnego” w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży zapewnianych przez Spółkę pakietów.

Poprzez strony internetowe prowadzone przez Spółkę (www.onelife.eu oraz www.oneacademy.eu) sprzedawane oraz promowane są pakiety edukacyjne, kupując które konsument uzyskuje żetony, za które można nabyć kryptowalutę OneCoin. Im droższy jest pakiet, tym większą ilość żetonów nabywa uczestnik.

Według uzyskanych w toku postępowania informacji, Spółka oferuje następujące pakiety edukacyjne (wymienione w kolejności od najmniej zaawansowanego/najtańszego do najbardziej zaawansowanego/najdroższego): Rookie Package, Starter Package, Trader Package, Pro-Trader Package, Executive Trader Package, Tycoon Trader Package, Tycoon Plus Trader Package, Premium Trader Package oraz Infinity Trader Package. Pakiety nazywane są łącznie Zaawansowanym System Nauki (używany jest również skrót „ALS” - Advanced Learning System). Aby mieć możliwość uzyskania korzyści majątkowych, konsument musi przeznaczyć na zakup pakietów kwotę od 110 euro do 27500 euro, przy czym konsument ma możliwość nabycia dowolnej liczby pakietów. Zgodnie z informacjami zawartymi na stronie Spółki, koszt aktywacji pakietu wynosi dodatkowe 30 euro.

Konsument kupujący wymienione pakiety ma możliwość podpisania ze Spółką umowy, na podstawie której zostaje się Niezależnym Sprzedawcą Marketingowym. Niezależny Sprzedawca Marketingowy może sprzedawać wskazane pakiety edukacyjne, a także wprowadzać do systemu kolejnych Niezależnych Sprzedawców Marketingowych. W celu promocji prowadzonego i propagowanego systemu, Spółka organizuje spotkania, w trakcie których zachęca do uczestnictwa w systemie. Docierające do Urzędu sygnały wskazują na to, że spotkania informacyjne organizowane są również przez Niezależnych Sprzedawców Marketingowych.

W wyniku kolejnych rekomendacji tworzona jest hierarchiczna struktura. Niezależni Sprzedawcy Marketingowi zajmujący wyższe pozycje w strukturze systemu mają możliwość uzyskania wynagrodzenia w sytuacji zarejestrowania się w systemie zarówno przez osoby przez nich bezpośrednio rekomendowane, jak i dalsze osoby polecane przez osoby, które zarejestrowały się w systemie w związku z ich rekomendacją. Konsumenti nabywają uprawnienie do możliwości uzyskania wynagrodzenia, tj. prowizji z tytułu budowania

zespołu oraz premii dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu jedynie w przypadku rekomendowania przez nich nowych uczestników do systemu - rekomendacja ta jest warunkiem koniecznym możliwości uzyskania tych korzyści. Dotychczas zgromadzone informacje wskazują, że aby zapewnić wypłatę osobom, które wcześniej przyłączyły się do struktury, konieczne jest ciągle przystępowanie do niej nowych uczestników.

W ocenie Prezesa Urzędu działalność OneLife Network Limited może stanowić tzw. piramidę finansową i naraża konsumentów na straty finansowe.”

UZASADNIENIE

Postanowieniem z dnia 28 kwietnia 2017 r. (sygn. DOIK-610-6/17/MJO) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK”) wszczął wobec przedsiębiorcy OneLife Network Limited (dalej również „Spółka”) z siedzibą w Belize City (Belize) postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na prowadzeniu oraz propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida związanego z projektami OneLife oraz OneAcademy, w ramach którego konsument dokonuje zakupu pakietu edukacyjnego w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży pakietów edukacyjnych zapewnianych przez OneLife Network Limited z siedzibą w Belize City (Belize), co może być sprzeczne z art. 7 pkt 14 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 3 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów

Tym samym postanowieniem, Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w przedmiotowym postępowaniu materiał dowodowy zebrany w trakcie postępowania wyjaśniającego wszczętego postanowieniem z dnia 16 maja 2016 r. (sygn. akt: DDK-403-502/16/MCHR/MJO) mającego na celu wstępne ustalenie, czy w związku z wykonywaniem działalności przez spółkę One Network Services Ltd. z siedzibą w Sofii (Bułgaria) doszło do naruszenia przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 3 ze zm.), co uzasadnia wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes UOKiK ustalił i zważył, co następuje

Stosownie do treści art. 73a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r., poz. 229; dalej również „uokik”), jeżeli z informacji zgromadzonych w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wynika, że istnieje szczególnie uzasadnione podejrzenie, że przedsiębiorca dopuszcza się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, która może spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów, Prezes Urzędu podaje do publicznej wiadomości, w tym na stronie internetowej Urzędu, zgromadzone w toku postępowania informacje o tym zachowaniu i jego prawdopodobnych skutkach. Rozstrzygnięcie w przedmiocie podania do publicznej wiadomości informacji następuje w drodze postanowienia. Na postanowienie to stronie służy zażalenie.

Wykładnia powołanego przepisu prowadzi do wniosku, że kumulatywne spełnienie dwóch ustanowionych w nim przesłanek (tj. szczególnie uzasadnione podejrzenie Prezesa UOKiK co do naruszenia określonych przepisów z zakresu ochrony konsumentów oraz możliwość spowodowania znacznych strat lub niekorzystnych skutków dla szerokiego kręgu konsumentów) aktualizuje obowiązek podania przez Prezesa UOKiK do publicznej wiadomości zgromadzonych w toku postępowania informacji o zachowaniu przedsiębiorcy oraz jego prawdopodobnych skutkach.

Nie budzi wątpliwości, że przewidziana przez ustawodawcę konstrukcja ostrzeżenia publicznego ma charakter prewencyjny z perspektywy ochrony interesów konsumentów: posiadanie przez konsumentów informacji o możliwości naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów prawa z zakresu ochrony konsumentów oraz możliwości spowodowania znacznej straty lub niekorzystnych dla nich skutków ma zapewnić ochronę przy podejmowaniu decyzji gospodarczych¹.

Szczególnie uzasadnione podejrzenie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Informacje znajdujące się w posiadaniu Prezesa UOKiK w postaci materiału dowodowego zebranego w trakcie postępowania wyjaśniającego, wskazują, że istnieje szczególnie uzasadnione podejrzenie, że OneLife Network Limited z siedzibą w Belize City (Belize), dopuszcza się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wskazanej w postanowieniu z dnia 28 kwietnia 2017 r., która może powodować znaczne straty i niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przez które, stosownie do definicji zawartej w ust. 2 tego przepisu, rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 3 ze zm., dalej również „upnpr”), która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wskazano w uzasadnieniu postanowienia o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Spółka może stosować nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 7 pkt 14 upnpr polegającą na prowadzeniu oraz propagowaniu systemu promocyjnego typu piramida, w ramach którego konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.

Spółka prowadzi oraz propaguje system promocyjny o nazwie OneLife. System ma strukturę hierarchiczną, w której rekomendowani Niezależni Sprzedawcy Marketingowi zajmują niższą pozycję od Niezależnych Sprzedawców Marketingowych, którzy ich rekomendowali, a wyższą od Niezależnych Sprzedawców Marketingowych rekomendowanych przez nich samych. Niezależni Sprzedawcy Marketingowi zajmujący wyższe pozycje w strukturze systemu mają możliwość uzyskania korzyści materialnych w sytuacji dokonania zakupów zarówno przez osoby przez nich bezpośrednio rekomendowane, jak i osoby wprowadzone do systemu przez bezpośrednio rekomendowane przez nich osoby. Osoby rekomendowane nie mają zaś takiej możliwości w sytuacji dokonywania zakupów przez osoby rekomendujące je do systemu.

System prowadzony i propagowany przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) w zakresie prowizji z tytułu budowania zespołu oraz premii dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu opisanych w uzyskanym w trakcie postępowania wyjaśniającego regulaminie pod nazwą „Global Compensation Plan” może stanowić system promocyjny typu piramida w rozumieniu art. 7 pkt 14 upnpr. Zgodnie z zasadami systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize), konsumenci nabywają uprawnienie do możliwości uzyskania korzyści

¹ M. Sieradzka, Komentarz do art. 73a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów [w:] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, 2014, dostępne: LEX.

materialnych, tj. prowizji z tytułu budowania zespołu oraz premii dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu jedynie w przypadku rekomendowania przez nich nowych uczestników do systemu - rekomendacja ta jest warunkiem koniecznym możliwości uzyskania tych korzyści. Aby otrzymać korzyści materialne w ramach wymienionej prowizji, nie wystarcza by Niezależny Sprzedawca Marketingowy sprzedał pakiet edukacyjny. Konsument nabywający od niego pakiet edukacyjny musi sam zarejestrować się jako Niezależny Sprzedawca Marketingowy i dokonać sprzedaży kolejnego pakietu edukacyjnego, co prowadzi do uzyskania prowizji z tytułu budowania zespołu przez osobę znajdującą się wyżej w hierarchii. Jeżeli pozyska on jako członka systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) kolejnego Niezależnego Sprzedawcę Marketingowego, uzyska on prowizję z tytułu budowania zespołu, natomiast Niezależny Sprzedawca Marketingowy znajdujący się wyżej w hierarchii otrzyma premię dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu obliczaną jako odpowiedni procent tej prowizji. Maksymalna wysokość możliwej do uzyskania prowizji jest uzależniona od wartości pakietu edukacyjnego, który początkowo nabył konsument - im większe jego zaangażowanie finansowe, tym większe korzyści z wprowadzania kolejnych osób do systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) może osiągnąć (przy czym wyższy poziom w systemie można również osiągnąć polecając sprzedaż pakietów edukacyjnych o określonej wartości innym osobom).

Konsument, który chce osiągnąć zysk z tytułu wymienionej prowizji i premii, musi wprowadzać inne osoby do systemu, bez tego nie ma możliwości uzyskania korzyści materialnych. Aby otrzymać premię dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu, konieczne jest wprowadzenie do systemu kolejnych osób przez osoby wprowadzone bezpośrednio przez danego Niezależnego Sprzedawcę Marketingowego. Premię tę można uzyskać również od prowizji uzyskanych przez Niezależnych Sprzedawców Marketingowych stojących w hierarchii dwa, trzy oraz cztery stopnie niżej, o ile konsumenci nabywający od nich pakiety edukacyjne sami rejestrują się jako Niezależni Sprzedawcy Marketingowi. Omawiane korzyści są generowane w wyniku aktywności wielu osób wprowadzonych do systemu, w niewielkim zaś stopniu zależą od aktywności samych Niezależnych Sprzedawców Marketingowych. Korzyści te nie są uzależnione jedynie od pomyślnej sprzedaży pakietów edukacyjnych.

Mając na względzie powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, uznać należy, że w ramach systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize):

- konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych;
- korzyści te uzależnione są przede wszystkim od wprowadzenia innych osób do systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize),

a tym samym istnieje szczególnie uzasadnione podejrzenie, że system prowadzony i propagowany przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) w części regulującej zasady uzyskania prowizji z tytułu budowania zespołu oraz premii dopasowania wynagrodzenia z tytułu budowania zespołu stanowi system promocyjny zakazany w art. 7 pkt 14 upnpr.

Szczególnie uzasadnione podejrzenie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz interesu publicznego

Mając na uwadze, że opisane działania Spółki wywołują bezpośrednie skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz dotyczą konsumentów wchodzących lub mogących wejść w relację ze Spółką na terytorium RP, uznać należy, że działalność Spółki podlega rygorom określonym w uokik, a w konsekwencji ocenie w aspekcie naruszania zbiorowych interesów

konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, iż opisane powyżej zachowanie Spółki godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Skutkami działań Spółki dotknięty mógł bowiem zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów - wszystkich, do których kierowała ona swoją ofertę. Ciężar i rodzaj naruszeń oraz szeroki krąg podmiotów, mogących zostać objętych zasięgiem bezprawnego działania przedsiębiorcy, wskazują na szczególnie uzasadnione podejrzenie zagrożenia interesu publicznego.

Ryzyko spowodowania znacznych strat lub niekorzystnych skutków dla szerokiego kręgu konsumentów

Opisane powyżej zachowanie OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) może spowodować **znaczne straty dla szerokiego kręgu konsumentów**. Konsekwencje działań przedsiębiorcy mają przede wszystkim wymiar majątkowy.

Aby zostać członkiem systemu konsument musi nabyć jeden z pakietów edukacyjnych. Aby mieć możliwość uzyskania korzyści majątkowych, konsument musi przeznaczyć na zakup pakietów kwotę od 110 euro do 27500 euro, przy czym konsument ma możliwość nabycia dowolnej liczby pakietów. Zgodnie z informacjami zawartymi na stronie Spółki, koszt aktywacji pakietu wynosi dodatkowe 30 euro. Maksymalna wysokość możliwej do uzyskania prowizji jest uzależniona od wartości pakietu edukacyjnego, który początkowo nabył konsument - im większe jego zaangażowanie finansowe, tym większe korzyści z wprowadzania kolejnych osób do systemu prowadzonego i propagowanego przez OneLife Network Ltd. z siedzibą w Belize City (Belize) może osiągnąć. Aby zapewnić wypłatę osobom, które wcześniej przyłączyły się do struktury, konieczne jest ciągłe przystępowanie do niej nowych uczestników. W przypadku załamania się systemu wpłacone środki nie podlegają zwrotowi.

Wobec tego, należy przyjąć, że w niniejszej sprawie spełniona została przesłanka wystąpienia ryzyka spowodowania znacznych strat lub niekorzystnych skutków dla szerokiego kręgu konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, orzeczono jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 73a ust. 2 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479²⁸ § 1 pkt 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r., poz. 1822) - od niniejszego postanowienia przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia jego doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Otrzymuje:

1. **OneLife Network Limited**
2118 Guava Street
Belama Phase I
Belize City
Belize
2. a/a