

BEATA WIECZERZYŃSKA

Uniwersytet Radomski im. Kazimierza Pułaskiego

BEZPIECZEŃSTWO INWESTOWANIA –
URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
NA TROPACH NIEUCZCIWYCH OFERT
INWESTOWANIA W SIECI

Łatwiej jest oszukać ludzi,
niż przekonać ich, że zostali oszukani.

Mark Twain

1. WPROWADZENIE

W sytuacji wysokiej inflacji i niskiego poziomu oprocentowania depozytów bankowych zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy myślą o jak najkorzystniejszym ulokowaniu swoich oszczędności. Nowoczesne technologie, szeroki dostęp do Internetu, płatności elektroniczne i globalny rynek wpływają na dostęp do wielu ofert inwestycyjnych. Przedsiębiorcy na różne sposoby próbują skłonić inwestorów prywatnych, a także instytucjonalnych do powierzenia właśnie im oszczędności, najczęściej kusząc hasłami o wysokich zyskach bez ryzyka. W proceder ten, jako tzw. naganiacze, zaangażowani są ludzie cieszący się zaufaniem i wysoką „obserwowalnością” w sieci – youtuberzy, instagramerzy, co jest szczególnie niebezpieczne. Szczególnym instrumentem nieuczciwych ofert okazują się systemy promocyjne typu piramida maskowane hasłami „program”, „zarabianie w domu” czy „zarabianie w internecie”, inwestycje w kryptoaktywa (kryptowaluty i tokeny), kompilacja tych

dwu instrumentów lub też na przykład inwestycje w tzw. obligacje społeczne okazujące się ukrytą pożyczką.

Jak wskazują wyniki badania społecznego z 2020 r.¹ – 93% konsumentów deklaruje, że kupuje produkty i usługi przez Internet, a to właśnie globalna sieć i szeroko pojęte media społecznościowe stwarzają możliwości nieuczciwej promocji instrumentów finansowych, które są niedostępne za pomocą innych ścieżek.

Prezes UOKiK jako publiczny organ realizujący między innymi zadania z zakresu ochrony interesów konsumentów aktywnie tropi, demaskuje i wymierza kary nieuczciwym przedsiębiorcom. Jego aktywność musi podążać za coraz to nowymi technikami naruszania praw konsumentów wykorzystującymi zaawansowane technologie, jak na przykład inwestycje w tokeny czy tzw. *dark patterns*, czyli praktyki używające wiedzy o zachowaniach użytkowników do wpływania na ich decyzje. Stosowane w aplikacjach i na stronach WWW (np. w e-sklepach), które wymuszają niezamierzone lub niechciane działania konsumentów. Przykładami może tu być automatycznie dodane do koszyka ubezpieczenie produktu, zgoda na przekazanie danych w miejscu przycisku „dalej” czy ukryte koszty wysyłki².

Obecnie toczy się przed Prezesem Urzędu wiele postępowań w sprawach z zakresu bezpieczeństwa inwestowania przez konsumentów, które nie zakończyły się jeszcze wydaniem decyzji stwierdzającej zabronioną praktykę, na przykład postępowanie w sprawie oferty tokenów Selfmaker Smart Solutions kierowanej głównie do środowiska osób niesłyszących mających bariery komunikacyjne i napotykających trudności z weryfikacją informacji, giełdy kryptowalut Kanga Exchange czy sytuacji, gdzie konsumenci zaufali informacjom w reklamach, które bezprawnie wykorzystywały wizerunek znanych osób – polityków, aktorów, sportowców – i namawiały do inwestowania w ryzykowne instrumenty finansowe, uwiarygadniając je zdjęciem znanej osoby i fałszywym wywiadem z nią.

¹ Badanie przeprowadzone przez PBS sp. z o.o. na zlecenie UOKiK w październiku 2020 r. na ogólnopolskiej próbie osób powyżej 15 lat n=1003, dostępne: https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=17411 [dostęp 27 maja 2023 r.].

² www.instagram.com/uokikgovpl/ [dostęp 25 maja 2023 r.].

Celem artykułu jest analiza wybranych współcześnie występujących zagrożeń dla bezpiecznego inwestowania przez konsumentów oraz podejmowanych przez publiczny organ – Prezesa UOKiK – działań stanowiących remedium na zidentyfikowane zagrożenia i zakończone wydaniem decyzji, w celu ochrony interesów konsumentów.

2. INWESTOWANIE W KRYPTOWALUTY

Truizmem jest stwierdzenie, że każda inwestycja wiąże się z mniejszym lub większym ryzykiem, a szybki, ponadprzeciętny zysk na rynku jest absolutną rzadkością. Jednak inwestorzy, zarówno będący konsumentami, jak i przedsiębiorcami, zdają się pomijać te fakty w swoich kalkulacjach. Zwłaszcza jeśli są chwytniwie zachęceni do „bezpiecznego i zyskowego” inwestowania.

Dużą popularnością cieszą się obecnie różne sposoby inwestowania w kryptowaluty i inne kryptoaktywa ze względu na niebywały sukces zyskowości dwóch głównych walorów tego rynku – bitcoina i etheru. Jednak wartość tych aktywów, zwłaszcza bitcoina, jest niezwykle zmienna. Dość powiedzieć, że w listopadzie 2020 r. wartość bitcoina oscylowała w średnich granicach 13 tys. dolarów³, by rok później – w listopadzie 2021 r. – osiągnąć historyczny szczyt 69 tys. dolarów, a w listopadzie 2022 r. spaść do wartości 16 tys. dolarów⁴. Ether, druga najcenniejsza kryptowaluta na świecie, nie radzi sobie lepiej.

Ten nadzwyczajny spadek wartości bitcoina spowodowany był upadkiem FTX – trzeciej co do wielkości giełdy kryptowalut, z której, w wyniku nieautoryzowanych transakcji, miliony dolarów aktywów zostało

³ Ostrzeżenie KNF z 12 stycznia 2021 r., *Ostrzeżenie Urzędu KNF o ryzykach związanych z nabywaniem oraz z obrotem kryptoaktywami (w tym walutami wirtualnymi oraz kryptowalutami)*, s. 3, www.knf.gov.pl/komunikacja/komunikaty?articleId=72242&p_id=18 [dostęp 20 marca 2023 r.].

⁴ J. BRZESKI, *Bitcoin utknął w miejscu. Czy kryptowaluty są wodzirejem spekulacji?*, biznes.interia.pl/waluty/aktualnosci/news-bitcoin-utknal-w-miejscu-czy-kryptowaluty-sa-wodzirejem-spek,nId,6629900#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome [dostęp 26 marca 2023 r.].

wycofanych w podejrzanych okolicznościach⁵. Jak stwierdził Maciej Binkowski, detektyw gospodarczy i autor bloga o przestępczości gospodarczej „Białe Kołnierzyki”: „Mieliśmy tokeny w pewnym sensie drukowane z powietrza, nieprzedstawiające żadnej wartości, niczym niepoparte w tle. Inwestorzy wpadli w panikę, zaczęli zgłaszać chęć wypłaty zainwestowanych środków i to się po prostu posypało”⁶. „Kryptowaluty wydają się być wodzirejem spekulacji. Nie opierają się na absolutnie żadnych fundamentach. Wirtualne waluty zyskują na wartości wyłącznie na podstawie wyobrażenia, że inni spekulanci kupią je w przyszłości po wyższych cenach” – wskazują analitycy Richard Bernstein Advisors⁷. Natomiast, jak ocenia portal Axios: „Świat kryptowalut widział już wcześniej duże straty finansowe i zobaczy je ponownie, jest to bowiem środowisko, w którym roi się od piramid finansowych i oszustów. Wygląda na to, że SBF (Sam Bankman-Fried) – właściciel giełdy FTX i prawdopodobnie najbardziej dotąd zaufany człowiek w branży krypto – okaże się kanciarzem, który defraudował fundusze swoich własnych klientów. W takim razie prawodawcy będą mieli wszelkie powody, by ignorować apele branży o specjalne traktowanie regulacyjne. [...] Podsumowując, marzeniem SBF – i większości innych przedsiębiorców z branży krypto – było ulepszenie i zastąpienie istniejącej infrastruktury finansowej na świecie. To marzenie jest już martwe”⁸. Stwierdzenia te

⁵ Z FTX w jedną dobę w tajemniczych okolicznościach zniknęło ponad 600 mln dolarów. Spektakularny upadek giełdy kryptowalut, www.money.pl/gospodarka/z-ftx-w-jedna-dobe-w-tajemniczych-okolicznosciach-zniknelo-ponad-600-mln-dolarow-spektakularny-upadek-gieldy-kryptowalut-6833817109871296a.html [dostęp 20 maja 2023 r.].

⁶ Głośny upadek giełdy kryptowalut FTX. „Pieniądze drukowane z powietrza”, www.money.pl/gielda/glosny-upadek-gieldy-kryptowalut-ftx-pieniadze-drukowane-z-powietrza-6836356367201921v.html [dostęp 20 maja 2023 r.].

⁷ J. BRZESKI, *Bitcoin utknął w miejscu...*, biznes.interia.pl/waluty/aktualnosci/news-bitcoin-utknal-w-miejscu-czy-kryptowaluty-sa-wodzirejem-spek,nId,6629900#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome [dostęp 26 marca 2023 r.].

⁸ „Świat, w którym roi się od oszustów”. Echa upadku giełdy kryptowalut, www.money.pl/gospodarka/swiat-w-ktorym-roi-sie-od-oszustow-echa-upadku-gieldy-kryptowalut-6834913157278368a.html biznes.interia.pl/

najdobitniej charakteryzują rynek kryptowalut i skalę występującego na nim spekulacyjnego ryzyka inwestycyjnego, a tym samym braku jakiegokolwiek bezpieczeństwa dla inwestorów.

Ponadto rynek kryptoaktywów, w tym kryptowalut, w Polsce nie posiada szczególnej regulacji, gdyż nie jest częścią rynku finansowego w rozumieniu przepisów ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym⁹ i w związku z tym nie podlega nadzorowi Komisji Nadzoru Finansowego. W przypadku giełd i kantorów wymiany walut wirtualnych Komisja Nadzoru Finansowego sprawuje nadzór jedynie nad działalnością polegającą na świadczeniu usług płatniczych przez te podmioty. Jednak na żadnym etapie nie można mówić o bezpośrednim nadzorze KNF nad działalnością związaną wprost z emisją oraz obrotem kryptowalutami i szerzej kryptoaktywami. Ponieważ jest to rynek nieregulowany, brak jest również szczegółowych i systemowych rozwiązań zapewniających bezpieczeństwo inwestorów oraz ułatwiających im ewentualne dochodzenie roszczeń od nierzetelnych przedsiębiorców¹⁰. Uczestnicy rynku „krypto”, chcąc jednak uwiarygodnić bezpieczeństwo i transparentność transakcji tam dokonywanych, podają nieprawdziwe informacje, że na swoją działalność posiadają zezwolenie odpowiednich organów nadzoru.

Taki *casus* wykrył w 2021 r. UOKiK¹¹, w przypadku CoinCasso OÜ – estońskiej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Tallinie. Przedmiotem działalności gospodarczej spółki było świadczenie usług finansowych, tj. prowadzenie giełdy kryptowalut za pośrednictwem platformy: coincasso.com. Wspólnikami spółki są Polacy Marek Ozimski oraz Łukasz Ozimski. CoinCasso OÜ uzyskała od właściwego estońskiego organu rejestracyjnego – Zarządu Policji i Straży Granicznej,

waluty/aktualnosci/news-bitcoin-utknał-w-miejscu-czy-kryptowaluty-sa-wodzirejem-spek,nId,6629900#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome [dostęp 27 marca 2023 r.].

⁹ Ustawa z 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 753).

¹⁰ Ostrzeżenie KNF z 12 stycznia 2021 r., *Ostrzeżenie Urzędu KNF o ryzykach...*, s. 2.

¹¹ Decyzja Prezesa UOKiK z 28 lipca 2022 r., «RGD» 6/2022, decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/d3def70a0dc9cc7bc12588c4002eb247/\$FILE/RGD%20-6.2022%20-%20wersja%20jawna.pdf [dostęp 11 maja 2023 r.].

wymagane estońskim prawem dwie licencje na wykonywanie działalności z zakresu: świadczenia usług wirtualnego portfela oraz świadczenia usług wymiany waluty wirtualnej na walutę znaków pieniężnych. Obie licencje były ważne od 16 sierpnia 2018 r. do 7 lipca 2020 r. Pomimo wygaśnięcia licencji, na stronie internetowej spółki (<https://coincasso.com/>) nadal znajdowała się informacja o posiadaniu licencji na prowadzoną działalność. Także w materiale filmowym zamieszczonym przez CoinCasso na portalu youtube.com użyto następującego sformułowania: „Coincasso.com jest licencjonowaną, europejską giełdą, która czyni handel kryptowalutami przejrzystym i rzetelnym”, co sugerowało posiadanie aktualnej licencji estońskiego organu nadzoru. Podobnie na innych stronach internetowych, w mediach społecznościach i blogach znajdowały się informacje: „Projekt posiada estońską licencję, która potwierdza bezpieczeństwo”, „Giełda jest licencjonowana, czyli legalna” – co miało świadczyć, że giełda kryptowalut posiada estońską licencję i zapewniać o bezpieczeństwie deponowanych środków. Prezes UOKiK uznał działanie przedsiębiorcy CoinCasso OÜ za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegające na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji o posiadaniu przez CoinCasso OÜ licencji na wykonywanie działalności z zakresu świadczenia usług wirtualnego portfela oraz licencji na świadczenia usług wymiany waluty wirtualnej na walutę znaków pieniężnych, podczas gdy obie wymienione licencje były nieważne od 7 lipca 2020 r. – co narusza art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym¹² oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, i w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów¹³, nałożył karę pieniężną w wysokości 48 768 zł i stwierdził zaniechanie stosowania praktyki z dniem 24 września 2021 r. Mimo że spółka jest estońska, to jej praktyka wywoływała skutki również na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, bowiem spółka,

¹² Ustawa z 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 845 ze zm.); dalej: u.p.n.p.r.

¹³ Ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.); dalej: u.o.k.k.

której właściciele są Polakami, prowadziła działania marketingowe, także w języku polskim, których celem było pozyskanie polskich użytkowników platformy.

W literaturze przyjmuje się, że praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mają szczególną moc sterowania wyborem rynkowym nabywcy¹⁴ i z tego względu są wyjątkowo uciążliwe dla konsumenta, gdyż w znacznej mierze oddziałują na sferę decyzyjną konsumenta, a w rezultacie prowadzą do zniekształcenia jego decyzji rynkowych¹⁵. Odnosząc się zaś do wprowadzania w błąd konsumentów poprzez informację, Trybunał Konstytucyjny z zestawienia art. 76 i art. 54 ust. 1 Konstytucji RP, gwarantującym każdemu prawo do informacji, wywiódł jednolitą koncepcję konstytucyjnego standardu ochrony konsumentów poprzez informację¹⁶. Wskazując, że udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspokajać swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej, zrozumiałej i prawdziwej informacji¹⁷.

Ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd co do informacji, powinna odbywać się w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. przeciętny konsument to konsument uważny, ostrożny i dostatecznie poinformowany. W tym kontekście ustalono, że adresatami działań spółki byli konsumenci, którzy posiadają określone cechy wspólne. Zwykle były to osoby młode, które chętnie korzystają z nowoczesnych

¹⁴ R. STEFANICKI, *Komentarz do art. 5*, [w:] R. STEFANICKI, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2009.

¹⁵ M. SIERADZKA, *Komentarz do art. 5*, [w:] M. SIERADZKA, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008.

¹⁶ C. BANASIŃSKI, M. BYCHOWSKA, *Granice ingerencji organu antymonopolowego w wolność gospodarczą w kontekście regulacji dotyczących ochrony konsumentów*, «Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny» 77.3/2016, s. 52.

¹⁷ Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 21 kwietnia 2004 r., K 33/03, «LEX» nr 107488.

rozwiązań technicznych i technologicznych, jednak z uwagi na brak doświadczenia i kierunkowego wykształcenia nie znają uregulowań prawnych lub słabo rozróżniają i rozumieją różnice w rodzajach produktów związanych z rynkiem kryptowalut, inwestycjami alternatywnymi. To również osoby, które z uwagi na niską stopę zwrotu tradycyjnych sposobów oszczędzania/inwestowania zgromadzonego kapitału szukają alternatywnych rodzajów inwestycji, w szczególności w postaci tzw. pasywnego zarabiania w Internecie. Są to więc konsumenci przeciętni, którzy potrafią zrozumieć kierowane do nich informacje oraz umieją podjąć – w oparciu o ten przekaz – świadomą decyzję co do oferty i produktów, jeżeli tylko wiedza ta przekazana jest im w sposób zrozumiały, jednoznaczny i prawdziwy. Tak scharakteryzowana grupa konsumentów chętnie pozyskuje informacje o danym przedsięwzięciu z ogólnodostępnych informacji publikowanych w sieci Internet, takich jak artykuły na portalach branżowych, blogach czy w mediach społecznościowych¹⁸.

Informacja o posiadanych przez spółkę licencjach oznaczała, że przedmiotowe licencje są ważne – aktualne. Pod wpływem tej informacji przeciętny konsument mógł podjąć decyzję o skorzystaniu z usług świadczonych przez spółkę, której nie podjąłby, wiedząc, że przedmiotowe licencje utraciły ważność. Posiadanie ważnej licencji wydanej przez właściwy organ państwa członkowskiego Unii Europejskiej ma uwiarygadniać prowadzoną działalność w zakresie jej legalności oraz bezpieczeństwa transakcji. Tym samym rozpowszechniana przez spółkę nieprawdziwa informacja o aktualnie posiadanych licencjach mogła zachęcać konsumentów do zapoznania się z ofertą spółki lub skorzystania z niej.

3. INWESTOWANIE W PIRAMIDY FINANSOWE

Obecna popularność kryptowalut jest też przyczynkiem do powstawania bazujących na nich oszukańczych modeli biznesowych w postaci tzw. piramid finansowych kuszących wizją osiągnięcia znaczących

¹⁸ Decyzja Prezesa UOKiK z 28 lipca 2022 r., «RGD» 6/2022, s. 8.

zysków, rozpalających wyobraźnię potencjalnego inwestora i pozyskującą oszczędności osób nieświadomych ryzyka nieodłącznie związanego z każdą inwestycją finansową.

Piramida inwestycyjna nie jest wymysłem naszych czasów. Za ojca tego oszukańczego modelu zarobkowego uważany jest Włoch Charles Ponzi, który w latach 20. XX w. z początkowym powodzeniem zastosował ten sposób inwestowania w Stanach Zjednoczonych, doprowadzając do znacznych strat finansowych ponad 40 tys. inwestorów i do upadłości kilka banków. Od jego nazwiska piramida nazwana została niechlubnie „schematem Ponziego”¹⁹.

Piramidy finansowe można ogólnie zdefiniować jako struktury finansowe, pozyskujące środki finansowe w celu inwestowania z wysoką stopą zwrotu jako cel deklarowany. Cel ten jednak nie jest realizowany w ogóle lub w dostatecznym stopniu, co powoduje spiralę strat. W okresie funkcjonowania piramidy finansowej wypłaty ekspirującego kapitału i odsetek dokonywane są z bieżących wpłat nowych klientów (inwestorów). Dopóki liczba wycofanych środków z piramidy finansowej jest niewielka, dopóty jej działalność jest prowadzona bez zakłóceń. W przypadku, gdy inwestorzy wycofują lub chcą wycofać zainwestowane środki pieniężne, natychmiast płynność piramidy finansowej się załamuje, co powoduje jeszcze większą obawę pozostałych inwestorów, a także spadek napływu potencjalnych przyszłych osób, rozważających inwestycję²⁰. W tej strukturze osoby przyciągane są perspektywą zysku, który mają wygenerować udane transakcje inwestycyjne dokonywane najczęściej w instrumenty finansowe, nieruchomości, złoto czy platynę lub dzieła sztuki. W rzeczywistości środki klientów nie są inwestowane bądź inwestowane są nieudolnie, co przynosi straty, a zyski, które wykazuje organizator piramidy, mają charakter „papierowy”. Oznacza to, że wykazywane są wyłącznie na wyciągach przekazywanych klientom, zaś źródłem ewentualnie wypłacanych owych „papierowych” zysków – które

¹⁹ A. ANAGNOSTOPULU, *Człowiek, który miał wymyślić piramidy finansowe. Historia Charlesa Ponziego*, businessinsider.com.pl/lifestyle/czlowiek-ktory-mial-wymyslil-piramidy-finansowe-historia-charlesa-ponziego/yebr8r3 [dostęp 15 maja 2023 r.].

²⁰ L. BOJARSKI, *Piramidy finansowe – pojęcie i modele funkcjonowania*, «Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie» 1/2020, s. 92-93.

na wstępnym etapie działania piramidy mogą być rzeczywiście wypłacone – są wpłaty innych klientów²¹. Jak podkreśla Anna Szelałowska, wspólną cechą piramid finansowych są niemożliwe do zrealizowania cele (wysoka ponadprzeciętna stopa zwrotu, np. ponad 10%), a także konieczność stałego dopływu nowych środków, co oznacza stałe pozyskiwanie nowych inwestorów. Im dłuższy jest okres trwania piramidy, tym więcej czasu mają jej twórcy na wyprowadzenie środków z systemu piramidy. Do najczęstszych metod wyprowadzania środków przez twórców piramidy należą: bonusy, premie, bezzwrotne nieoprocentowane pożyczki, zapłaty za fikcyjne usługi podstawionym osobom (tzw. słupom) oraz zatrudnianie członków rodziny. Ponieważ celem piramidy jest jej jak najdłuższe przetrwanie i wyłudzenie od klientów jak największej kwoty środków finansowych, funkcją celu odzwierciedla płynność piramidy finansowej i jest średnią wariancją, wynikającą z wariancji wpływów i wariancji wpływów²².

Wskazany proceder jest na tyle częsty na rynku, że ma swoje miejsce na tzw. czarnej liście nieuczciwych praktyk wprowadzających w błąd wskazanej w art. 7 u.p.n.p.r. Jego stosowanie jest nieuczciwe w każdych okolicznościach i zakazane *ex lege*²³. Zgodnie z art. 7 pkt 14 u.p.n.p.r. zakazaną nieuczciwą praktyką rynkową wprowadzającą w błąd jest zakładanie, prowadzenie lub propagowanie systemów promocyjnych typu piramida, w ramach których konsument wykonuje świadczenie w zamian za możliwość otrzymania korzyści materialnych, które są uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia innych konsumentów do systemu, a nie od sprzedaży lub konsumpcji produktów.

²¹ M. PACHUCKI, *Piramidy i inne oszustwa na rynku finansowym*, Warszawa 2016, s. 10.

²² A. SZELAŁOWSKA, *Co to jest piramida finansowa? Jak nie dać się oszukać*, gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/co-jest-piramida-finansowa-jak-nie-dac-sie-oszukac [dostęp 18 maja 2023 r.].

²³ M. SIERADZKA, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, art. 7, Warszawa 2008, <https://sip-1lex-1pl-lidkh6map00ad.han.uniwersytetradom.pl/#/commentary/587243016/40456/sieradzka-malgorzata-ustawa-o-przeciwdzialaniu-nieuczciwym-praktykom-rynkowym-komentarz?cm=URELATIONS> [dostęp:18 maja 2023 r.].

W wyroku z 3 kwietnia 2014 r.²⁴ TSUE dokonał interpretacji przesłanek, które pozwalają na identyfikację systemu promocyjnego typu piramida, wskazując, że zakaz obejmujący systemy promocyjne typu „piramida” opiera się na trzech przesłankach:

1. promocja zasadza się na obietnicy, że konsument będzie miał możliwość osiągnięcia korzyści ekonomicznej;
2. realizacja obietnicy zależy od przystąpienia do systemu innych konsumentów;
3. większość dochodów pozwalających sfinansować obiecane konsumentom wynagrodzenie nie jest wynikiem rzeczywistej działalności gospodarczej.

Wszystkie powyższe przesłanki spełnione zostały w przypadku działań przedsiębiorcy CL Singapore Pte. Ltd. z siedzibą w Singapurze polegających na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu sieci NetLeaders wprowadzającej na rynek kryptowalutę DasCoin. Spółka oferowała licencje, które kosztowały od 100 euro do 25 tys. euro i obiecywała zyski za namówienie innych osób do wpłaty pieniędzy. Prezes UOKiK wydał decyzję, w której uznał, że był to system promocyjny typu piramida²⁵. Decyzję tę utrzymał w mocy Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z 13 września 2021 r.²⁶ Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazał, że powód stworzył system promocyjny, który był promowany poprzez liczne konferencje i seminaria organizowane w różnych częściach świata, w tym w Polsce. To sieć oparta na systemie poleceń. Aby zostać jej uczestnikiem, potencjalny właściciel licencji lub niezależny przedstawiciel musiał zostać zarekomendowany przez osobę już zarejestrowaną w sieci. Na szczycie struktury znajdował się podmiot

²⁴ Wyrok TSUE z 3 kwietnia 2014 r., C-515/12, „*Afinance*” UAB v. *Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba* (litewski krajowy urząd ochrony praw konsumentów) i *Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos* (litewska krajowa inspekcja podatkowa przy ministerstwie finansów), «LEX» nr 1446603.

²⁵ Decyzja Prezesa UOKiK z 14 grudnia 2019 r., «RGD» 8/2019, decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/910708c2e6d8d3a3c12584d30030b664/\$FILE/dectzja%20z%20dn.%2014%20grudnia%202019%20r.%20nr%20RGD.%208.2019%20Netleaders%20Singapore_zikwersja%20jawana.pdf [dostęp 19 maja 2023 r.].

²⁶ Wyrok SOKiK z 13 września 2021 r., XVII AmA 20/20, «LEX» nr 3246484.

prowadzący system, czyli przedsiębiorca CL Singapore Pte. Ltd z siedzibą w Singapurze, który uzyskiwał korzyści majątkowe z działania tego systemu. Poniżej w piramidzie byli niezależni przedstawiciele, którzy budowali strukturę poprzez umieszczanie osób zwerbowanych na kolejnych, niższych szczeblach hierarchii i mających potencjalnie uzyskiwać korzyści po spełnieniu określonych warunków, ustalonych w planie wynagradzania. Sposób wynagradzania za działania w kierunku propagowania systemu zależny był od udziału w nim nowych członków i dokonywania przez nich określonych wydatków na zakup licencji. System był zbudowany jako struktura, w której osoba wprowadzająca nowych uczestników, tzw. sponsor, za swoje działania uzyskiwał stosowne wynagrodzenie. Wpłacając daną ilość euro, nabywca otrzymywał zatem obietnicę dostępu do zdefiniowanych przez przedsiębiorcę usług, które nie były jednak wykonywane ani też nie było żadnej pewności, czy i kiedy te usługi będą udostępnione licencjobiorcom.

Podobny schemat działania charakteryzował konsorcjum dwóch przedsiębiorców – BCU Trading LLC z siedzibą w Dubaju (Zjednoczone Emiraty Arabskie) oraz FutureNet Ukraine LLC z siedzibą we Lwowie (Ukraina). Prezes UOKiK w stosunku do nich wydał decyzję²⁷ uznającą za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na założeniu, prowadzeniu i propagowaniu: systemu funkcjonującego na portalu internetowym FutureNet, w ramach którego konsument dokonywał zakupu jednego z pakietów przewidzianych w planie marketingowym (pakiety: Member, Basic, Gold, Exclusive, Sapphire, Royal) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci bonusów lub prowizji określonych w regulaminie, które to korzyści były uzależnione przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu. Ponadto zarzut dotyczył także systemu funkcjonującego na platformie reklamowej FutureAdPro, w ramach którego konsument dokonywał wykupu jednego ze statusów (od statusu

²⁷ Decyzja Prezesa UOKiK z 6 lipca 2020 r., «RGD» 4/2020, /decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/194d9726c1b8c3e2c12585c3002b2d1d/\$FILE/decyzja%20nr%20RGD.4-2020%20z%20dnia%206%20lipca%202020%20-%20BCU%20(FutureNet%20i%20Future%20Ad%20pro)%20-%20wersja%20jawna.pdf [dostęp 21 maja 2023 r.].

II do statusu V) w zamian za możliwość uzyskania korzyści materialnych w postaci prowizji, których wysokość uzależniona była przede wszystkim od wprowadzenia nowych członków (konsumentów) do systemu. Wszystkie wskazane tu działania stanowią system promocyjny typu piramida, o którym mowa w art. 7 pkt 14 u.p.n.p.r. i tym samym wyczerpują przesłanki art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 u.o.k.k.

Jednocześnie Prezes UOKiK dostrzega istotną rolę w propagowaniu systemów typu piramida tzw. naganiaczy. Zgodnie z art. 7 pkt 14 u.p.n.p.r. zakazaną nieuczciwą praktyką rynkową wprowadzającą w błąd jest nie tylko zakładanie i prowadzenie systemów promocyjnych typu piramida, lecz także ich propagowanie. Często uwiarygadniają je celebryci, którzy uczestniczą w organizowanych przez właścicieli systemów i samych „naganiaczy” imprezach reklamujących oszukańcze projekty. Niekiedy wykorzystywane są do tego wizerunki znanych osób – aktorów, biznesmenów czy sportowców, wykradzione przez nieuczciwych przedsiębiorców, aby promować nielegalne przedsięwzięcie²⁸.

W Polsce jako pierwszy za propagowanie i promowanie systemów promocyjnych typu piramida został ukarany znany youtuber Damian Żukiewicz, prowadzący działalność gospodarczą²⁹. Przedsiębiorca podkreślał, od kiedy, jak dużo on i inne współdziałające z nim osoby zarabiają: „w internecie zarabiam od 2007 roku. Przez ten czas zarobiłem 18 000 000 zł. Moje zarobki pochodzą niemal w 100% z programów afiliacyjnych, czyli z polecenia produktów i usług”. Uwiarygadniał też na swoim kanale dochody poprzez na przykład przedstawianie dokumentów podatkowych (PIT za rok 2018) i bankowych (historia wpłat na konto bankowe w mBanku). W ocenie Prezesa Urzędu informacje tego rodzaju nie miały charakteru obojętnego. Taki przekaz – umacniany wyrazistymi zachętami w rodzaju „dołącz do nas”, instruowanie w przedmiocie rejestracji – ma z jednej strony „robić wrażenie” na jego

²⁸ Pierwsza kara za naganianie na systemy typu piramida, uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=17172 [dostęp 21 maja 2023 r.].

²⁹ Decyzja Prezesa UOKiK z 30 grudnia 2020 r., RGD – 12/2020, decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7albe23c1257eac006d8dd4/86e678ee266833bac125866f003bc571/\$FILE/decyzja%20nr%2012-2020%20z%20dn.%2030.12.20%20-%20ŻUKIEWICZ%20-%20zik%20-%20wersja%20jawna.pdf [dostęp 11 maja 2023 r.].

odbiorcach (konsumentach) i służyć „zwabianiu” potencjalnych nabywców/użytkowników polecanych przez Damiana Żukiewicza produktów, których nazwy są uwidocznione także w postaci linków do stron różnych promowanych przez niego projektów, a co w konsekwencji przyczynia się do zwiększenia zarobków samego youtubera.

Jakub Styczyński i Patryk Słowik na łamach „Dziennika Gazety Prawnej”³⁰ analizowali, na czym polegała siła Żukiewicza. Wskazywali, że „dużo przeklina, przed kamerą wymachuje pistoletem, rozrzuca – dosłownie! – pieniądze na lewo i prawo. No i nagrywa filmiki w najróżniejszych zakątkach świata, przekonując, że wystarczy zainwestować w projekt, który aktualnie wspiera, by również mieć okazję do zwiedzenia globu. Żukiewicz rzeczywiście zachęca do zapożyczania się. Jego zdaniem każdy, kto pożyczyci pieniądze i przy jego pomocy stanie się inwestorem DasCoina, szybko spłaci kredyt i zacznie zarabiać dziesiątki, a może i nawet setki tysięcy miesięcznie”.

Na Damiana Żukiewicza Prezes UOKiK nałożył karę w wysokości 437 655 zł. Ponadto przedsiębiorca musiał poinformować o swoich nieuczciwych praktykach oraz decyzji Prezesa UOKiK na stronie internetowej, a także na swoim kanale w portalu YouTube.

W kolejnych decyzjach udowodniono, że systemy typu piramida propagowali także: Mateusz Guźda, który był „globalnym ambasadorem” DasCoin/NetLeaders, promował ten system na różnych wydarzeniach i w mediach³¹; Zbigniew Lemański – muzyk, propagował systemy FutureNet i FutureAdPro, był między innymi autorem i wykonawcą piosenek *My Futurenet* i *Klikamy w reklamy*, prowadził stronę drhajs.pl, na której zachęcał do udziału w promowanych projektach piramidy zarobkowej³²;

³⁰ J. STYCZYŃSKI, P. SŁOWIK, *Parabanki nie tylko dla naiwnych: Tak naganiacze i inwestorzy zarabiają na piramidach finansowych*, «Dziennik Gazeta Prawna» z 23 kwietnia 2017 r., biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/1036589,parabanki-naganiacze-inwestorzy-zarabiaja-na-piramidach-finansowych.html [dostęp 21 maja 2023 r.].

³¹ Decyzja Prezesa UOKiK z 17 grudnia 2021 r., «RGD» 7/2021, [decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/daedcc6ed07e24b9c12587db002db4d2/\\$FILE/RGD%20-%207%202021%20-%20wersja%20jawna.pdf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/daedcc6ed07e24b9c12587db002db4d2/$FILE/RGD%20-%207%202021%20-%20wersja%20jawna.pdf) [dostęp 22 maja 2023 r.].

³² Decyzja Prezesa UOKiK z 17 grudnia 2021 r., «RGD» 8/2021, decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/55dca56da2844fa9c12587db0

Bartłomiej Żukiewicz – poprzez wpisy w Internecie, nagrania na YouTube oraz udział w wydarzeniach propagował FutureNet, FutureAdPro i NetLeaders, między innymi instruował, jak założyć tam konto, oraz kusił obietnicą wysokich zarobków i darmowych wycieczek³³. Oprócz sankcji finansowych przedsiębiorcy muszą opublikować oświadczenia o zakwestionowanych praktykach i decyzji Prezesa UOKiK na swoich stronach internetowych oraz profilach w mediach społecznościowych: YouTube, Facebook i LinkedIn.

4. INNE SPOSOBY OSZUKAŃCZYCH PRAKTYK – POŻYCZKA POD POSTACIĄ OBLIGACJI SPOŁECZNYCH

Obligacje społeczne (*Social Impact Bonds* – SIB) są stosunkowo nowym instrumentem finansowania zadań społecznych. Stanowią one jedną z innowacyjnych form finansowania tych zadań, a ich geneza wiązana jest z wyemitowaniem w 2010 r. obligacji społecznych na rynku brytyjskim³⁴. Obligacje społeczne są elementem finansów społecznych (*social finance*) rozumianych jako finansowanie przedsięwzięć, których celem jest osiągnięcie jednocześnie pozytywnych skutków społecznych i finansowych. Właściciele prywatnych oszczędności – prywatni inwestorzy – coraz częściej zainteresowani są nie tylko zyskiem, lecz także próbują w ten sposób zaspokoić swoje potrzeby zaangażowania społecznego czy wręcz filantropii³⁵.

02e6e1b/\$FILE/RGD%20-%208%202021%20-%20wersja%20jawna.pdf [dostęp 22 maja 2023 r.].

³³ Decyzja Prezesa UOKiK z 17 grudnia 2021 r., «RGD» 9/2021, decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/d1fc4973467147f2c12587db00301330/\$FILE/RGD%20-%209%202021%20-%20wersja%20jawna.pdf [dostęp 22 maja 2023 r.].

³⁴ J. CICHY, *Obligacje społeczne – innowacyjny instrument finansowania potrzeb społecznych*, «Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach» 356/2018, s. 34.

³⁵ K. MARCHEWKA-BARTKOWIAK, M. WIŚNIEWSKI, *Obligacje społeczne – nowy instrument finansowania zadań społecznych*, «Studia Biura Analiz Sejmowych» 4.44/2015, s. 207.

W tym mechanizmie środki na finansowanie usług społecznych pozyskuje się od inwestorów prywatnych, w tym także od organizacji pozarządowych. W ramach zawartej umowy płatnik (instytucja publiczna) godzi się na wypłatę określonej części uzyskanych oszczędności z nieangażowania się w cele społeczne inwestorom prywatnym, od których pozyskano kapitał, jeśli osiągnięty zostanie efekt. Jeśli wyniki nie zostaną uzyskane, inwestorzy poniosą stratę. Zatem ze względu na konstrukcję *social impact bonds*, w której występuje dodatkowy efektywnościowy warunek spłaty kapitału i odsetek, obligacje społeczne są bardziej ryzykowne od obligacji tradycyjnych³⁶.

Ze względu na swoją innowacyjność ten instrument finansowy nie jest jeszcze uregulowany ustawowo oraz nie posiada definicji ustawowej. Jednak Polska przystąpiła do grona krajów zainteresowanych potencjalnymi korzyściami z emisji obligacji społecznych. Poprzez dwa konkursy pilotażowe ogłoszone w 2016 r. przez Ministerstwo Rozwoju pod nazwą „Obligacje społeczne jako narzędzie zwiększenia efektywności świadczenia usług społecznych w obszarach wsparcia EFS” planuje przetestować propozycje mechanizmów emisji obligacji społecznych, zgłaszanych przez beneficjentów konkursów³⁷.

Obok tych nowych instrumentów dużym popytem i zaufaniem konsumentów cieszą się tradycyjne obligacje skarbowe, w tym detaliczne obligacje oszczędnościowe³⁸. Dodać należy, że emisja obligacji jako dłużnych papierów wartościowych, w tym podmioty mogące je emitować poza Skarbem Państwa, na przykład samorządy – obligacje municypalne czy osoby prawne prowadzące działalność gospodarczą – obligacje korporacyjne, jest ściśle określona w ustawie o obligacjach³⁹.

³⁶ W. KRAWIEC, *Obligacje społeczne – stan rozwoju w Polsce*, «Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia» Sectio H, 52.3/2018, s. 84-85.

³⁷ www.power.gov.pl/strony/wiadomosci/obligacje-spoeczne-jak-skutecznie-wprowadzic-je-w-polsce/ [dostęp 25 maja 2023 r.].

³⁸ *Polacy coraz chętniej wybierają detaliczne obligacje oszczędnościowe*, Ministerstwo Finansów, www.obligacjeskarbowe.pl/o-obligacjach/polacy-coraz-chetniej-wybijera-j-detaliczne-obligacje-skarbowe/ [dostęp 25 maja 2023 r.].

³⁹ Ustawa z 15 stycznia 2015 r. o obligacjach (tekst jedn.: Dz. U. z 2022 r., poz. 2244).

Dlatego szczególnie nieuczciwą praktyką godzącą w bezpieczeństwo inwestowania przez konsumentów jest sytuacja, kiedy przedsiębiorca w swojej aktywności w sferze publicznej posługuje się terminem „obligacje” dla nazwania swoich produktów, a nie są spełniane wymogi prawne przewidziane dla oferowania tych instrumentów finansowych, między innymi co do dokumentów emisyjnych – nie dochodzi do sporządzenia i zatwierdzenia warunków emisji obligacji, w tym ujawnienia celu emisji obligacji, a zatem celu gromadzenia środków pieniężnych od konsumentów. Taki przypadek wytropił UOKiK⁴⁰ i uprawdopodobnił, że przedsiębiorca Obligacje Społeczne Prosta Spółka Akcyjna, przedstawiając ofertę na swojej stronie internetowej i na Facebooku, używał takich pojęć, jak „obligacje”, „obligacje społeczne”, „umowa obligacji społecznych”, „emisja”, „emitent”, „seria”, podczas gdy do emisji obligacji w znaczeniu ustawy o obligacjach nie doszło. Spółka proponowała inwestycje polegające na tym, że konsumenci udzielą jej 10 tys. zł lub 100 tys. zł pożyczki. Oprocentowanie zależało między innymi od długości trwania umowy i miało wynosić od 6% do 12% rocznie. W rzeczywistości inwestycja była zawaolowaną formą pożyczki dla przedsiębiorcy, w której konsument miał być pożyczkodawcą, o czym mógł się dowiedzieć dopiero przy podpisywaniu umowy. Spółka w stosowanym przez siebie przekazie informacyjnym poprzez użycie haseł porównujących inwestycję w „obligacje społeczne” lub „umowy obligacji społecznych” do inwestycji w instrumenty finansowe, takie jak obligacje, stwarzała pozór uczestniczenia w inwestycji ustrukturyzowanej, podlegającej kontroli i bezpiecznej. Przekaz taki stanowił istotny czynnik, mający wpływ na zainteresowanie konsumenta tą ofertą i podjęcia decyzji o przekazaniu swoich danych. Ponadto przedsiębiorca eksponował jedynie korzyści oferowanego instrumentu z całkowitym pominięciem informacji o ryzyku. Takie działania przedsiębiorcy, jak zakwalifikował Prezes UOKiK, mogą stanowić nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 3, ust. 3 pkt 2 u.p.n.p.r. Jak wskazał Tomasz Chrósty, Prezes UOKiK, praktyka taka może być szczególnie niebezpieczna dla

⁴⁰ Decyzja tymczasowa Prezesa UOKiK z 28 marca 2022 r., «RŁO» 1/2022, decyzje. uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf [dostęp 25 maja 2023 r.].

konsumentów, ponieważ przedsiębiorca odwołuje się do znanych i cieszących się społecznym zaufaniem pojęć z rynku finansowego. Obligacje skarbowe to produkty kojarzące się z bezpieczeństwem, inwestowaniem dającym gwarantowany zwrot. Z kolei obligacje społeczne (*social impact bonds*) to innowacyjny instrument, który umożliwia finansowanie usług publicznych we współpracy inwestora prywatnego na przykład z samorządem. Z tego typu produktem w tym przypadku również nie mamy do czynienia. Spółka wykorzystuje jednak te skojarzenia, aby skłonić konsumentów do udzielenia jej pożyczek⁴¹.

5. PODSUMOWANIE

Przeanalizowano tu tylko kilka współcześnie występujących nieuczciwych praktyk rynkowych przedsiębiorców, których wspólną cechą jest wprowadzanie konsumentów w błąd, zwłaszcza co do bezpieczeństwa, wysokiej zyskowności danych form inwestowania oraz gwarancji wypłaty zysków, i w ten sposób oddziaływania na wybór inwestycyjny konsumentów.

Aktywność Prezesa UOKiK w tropieniu i nakładaniu kar na przedsiębiorców za ich nieuczciwe zachowania rynkowe oraz wydawane przez UOKiK ostrzeżenia konsumenckie, a także kampanie informacyjne w mediach społecznościowych (np. Instagram czy portal X) są istotnym elementem systemu ochrony interesów konsumentów w sferze bezpieczeństwa inwestycyjnego.

BEZPIECZEŃSTWO INWESTOWANIA – URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW NA TROPACH NIEUCZCIWYCH OFERT INWESTOWANIA W SIECI

Streszczenie

W sytuacji wysokiej inflacji i niskiego poziomu oprocentowania depozytów bankowych zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy myślą o jak najkorzystniejszym

⁴¹ *Spółka Obligacje Społeczne musi natychmiast przestać wprowadzać konsumentów w błąd*, uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18450 [dostęp 26 maja 2023 r.].

ulokowaniu swoich oszczędności. Przedsiębiorcy na różne sposoby próbują skłonić inwestorów prywatnych, a także instytucjonalnych do powierzenia właśnie im oszczędności, najczęściej kusząc hasłami o wysokich zyskach bez ryzyka. W proceder ten, jako tzw. naganiacze, angażowani są ludzie cieszący się zaufaniem i wysoką „obserwowalnością” w sieci – youtuberzy, instagramerzy. Szczególnym instrumentem nieuczciwych ofert okazują się systemy promocyjne typu piramida maskowane hasłami „program”, „zarabianie w domu” czy „zarabianie w internecie”, inwestycje w kryptoaktywa (kryptowaluty i tokeny), kompilacja tych dwu instrumentów lub też na przykład inwestycje w tzw. obligacje społeczne będące w istocie ukrytą pożyczką. Artykuł jest analizą wybranych współcześnie występujących zagrożeń dla bezpiecznego inwestowania przez konsumentów oraz podejmowanych przez publiczny organ – Prezesa UOKiK – działań stanowiących remedium na zidentyfikowane zagrożenia w celu ochrony interesów konsumentów.

INVESTMENT SECURITY: THE POLISH OFFICE OF COMPETITION AND CONSUMER PROTECTION ON THE TRAIL OF UNFAIR ONLINE INVESTMENT OFFERS

Summary

In a situation of high inflation and low interest rates on bank deposits, consumers and businessmen are looking for ways to invest their savings in the best possible way. Financial agents try to persuade private and institutional investors to commit their savings to them, often promising a high profit rate at no risk. This touting procedure, known as “celebrity branding” or “celebrity advertising,” engages the services of popular web personalities such as you tubers and instagrammers for this marketing strategy. Some of the gimmicks financial hustlers use as a special instrument for unfair offers are a variety of pyramid-like marketing systems masked by catchwords like “program,” “earning from home” or “earning on the Internet,” investments in cryptoassets (cryptocurrencies and tokens), a compilation of these two instruments or, for example, investments in so-called “social bonds,” which in fact are disguised loans. This article analyses selected contemporary risks to safe investment for Polish consumers and the actions taken by the Polish public authority responsible for the protection of their interests, that is the President of the Polish Office of Competition and Consumer Protection, to counteract these risks.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo; inwestowanie; konsument; nieuczciwe praktyki.

Keywords: security; investment; consumers; unfair practices.

Literatura

- ANAGNOSTOPOULU A., *Człowiek, który miał wymyślić piramidy finansowe. Historia Charlesa Ponziego*, businessinsider.com.pl/lifestyle/czlowiek-ktory-mial-wymyslic-piramidy-finansowe-historia-charles-a-ponziego/yebr8r3 [dostęp 15 maja 2023 r.].
- BANASIŃSKI C., BYCHOWSKA M., *Granice ingerencji organu antymonopolowego w wolność gospodarczą w kontekście regulacji dotyczących ochrony konsumentów*, «Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny» 77.3/2016, s. 49-63.
- BOJARSKI L., *Piramidy finansowe – pojęcie i modele funkcjonowania*, «Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie» 1/2020, s. 91-97.
- BRZEŃSKI J., *Bitcoin utknął w miejscu. Czy kryptowaluty są wodzirejem spekulacji?*, biznes.interia.pl/waluty/aktualnosci/news-bitcoin-utknal-w-miejscu-czy-kryptowaluty-sa-wodzirejem-spek,nId,6629900#utm_source=paste&utm_medium=paste&utm_campaign=chrome [dostęp 26 marca 2023 r.].
- CICHY J., *Obligacje społeczne – innowacyjny instrument finansowania potrzeb społecznych*, «Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach» 356/2018, s. 33-42.
- KRAWIEC W., *Obligacje społeczne – stan rozwoju w Polsce*, «Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia» Sectio H, 52.3/2018, s. 83-92.
- MARCHEWKA-BARTKOWIAK K., WIŚNIEWSKI M., *Obligacje społeczne – nowy instrument finansowania zadań społecznych*, «Studia Biura Analiz Sejmowych» 4.44/2015, s. 205-222.
- PACHUCKI M., *Piramidy i inne oszustwa na rynku finansowym*, Warszawa 2016, s. 1-40.
- M. SIERADZKA, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2008.
- STEFANICKI R., *Komentarz do art. 5*, [w:] R. STEFANICKI, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, Warszawa 2009.
- STYCZYŃSKI J., SŁOWIK P., *Parabanki nie tylko dla naiwnych: Tak naganiacze i inwestorzy zarabiają na piramidach finansowych*, «Dziennik Gazeta Prawna» z 23 kwietnia 2017 r., biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/1036589,parabanki-naganiacze-inwestorzy-zarabiaja-na-piramidach-finansowych.html [dostęp 21 maja 2023 r.].
- SZELAĞOWSKA A., *Co to jest piramida finansowa? Jak nie dać się oszukać*, gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/co-jest-piramida-finansowa-jak-nie-dac-sie-oszukac [dostęp 18 maja 2023 r.].