**Skarbiec Palikota – zarzuty Prezesa UOKiK**

* **Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął postępowanie przeciwko firmie Polskie Destylarnie, która organizowała kampanię pożyczkową „Skarbiec Palikota”.**
* **Fikcyjny samochód nagrodą w konkursie, rolowanie długów, przypisywanie sobie cudzych osiągnięć – to niektóre zarzuty Prezesa Urzędu.**
* **Karę może otrzymać również zarządzający spółką Polskie Destylarnie.**

**[Warszawa, 7 lutego 2024 r.]** Prezes UOKiK Tomasz Chróstny wszczął postępowanie   
w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przeciwko spółce Polskie Destylarnie z Lublina. Prezes Urzędu kwestionuje praktyki, jakie miały miejsce w ramach kampanii pożyczkowej „Skarbiec Palikota”. Od maja do końca czerwca ubiegłego roku spółka oferowała konsumentom możliwość udzielenia jej oprocentowanej pożyczki na pozornie wyjątkowo korzystnych warunkach, w tym z możliwością partycypowania w przyszłym zysku spółki oraz wzięcia udziału w konkursach z atrakcyjnymi nagrodami. Jednocześnie sugerowała, w sposób nieuprawniony, że działa na zasadzie uregulowanego przepisami finansowania społecznościowego (crowdfunding pożyczkowy) gromadząc środki na cele inwestycyjne.

- *Zarzuty postawiono spółce Polskie Destylarnie, a także osobie zarządzającej spółką odpowiedzialnej za te praktyki. Sprawie zaczęliśmy się przyglądać w maju ubiegłego roku, to jest w momencie uruchomienia akcji „Skarbiec Palikota”. Działania podjęliśmy w oparciu o własną analizę rynku, w tym przegląd informacji dostępnych w mediach społecznościowych. Uzupełnieniem prowadzonych działań były sygnały od konsumentów oraz materiał zebrany podczas kontroli przeprowadzonej przy współudziale Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego w siedzibie przedsiębiorcy. W tej sprawie zawiadomiliśmy również prokuraturę w związku z możliwością popełnienia przestępstwa –* wyjaśnia Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

**Medale dla marek nienależących do spółki**

Polskie Destylarnie budowały swoją renomę, wiarygodność i zaufanie potencjalnych inwestorów, podając wprowadzające w błąd informacje w reklamach, które pojawiały się głównie w mediach społecznościowych. Informowały o wyróżnieniach i nagrodach marek alkoholowych, które w rzeczywistości do niej nie należały. Chodzi np. o marki piw lub win: BUH, Koźlak. Spółka używała w tym celu sformułowań takich jak „nasze produkty”, podkreślała, że wina i piwa otrzymały specjalne wyróżnienia „Zdobyliśmy 13 (!) medali”, ilustrując to materiałami graficznymi. Prezes UOKiK podejrzewa, że by zachęcić potencjalnych inwestorów do wpłat, spółka prezentowała również wyniki finansowe innych podmiotów, niezaangażowanych w akcję „Skarbiec Palikota”. W efekcie takich działań konsumenci mogli pomyśleć, że mają do czynienia z firmą o ugruntowanej pozycji.

**Skarbiec na pokrycie długów**

Firma zachęcała konsumentów do udzielenia jej pożyczek na wysoki procent. Podawała, że chce zrealizować inwestycje, w tym podbić amerykański rynek alkoholowy. Spółka zastrzegała jednocześnie, że pieniądze nie będą przeznaczone na spłatę długów, a także informowała o dobrej kondycji finansowej. Z informacji zebranych przez UOKiK wynika, że już w ciągu kilku tygodni od startu akcji, przedsiębiorca przestał wykonywać terminowo zawarte z konsumentami pożyczki. Ponadto zgromadzone w ramach kampanii środki finansowe, zamiast zgodnie z zapewnieniem zainwestować, spółka przeznaczyła na bieżące zadłużenie firmy, wynikające z umów zawartych z innymi spółkami. Gdyby od początku konsumenci wiedzieli o takim przeznaczeniu gromadzonego kapitału, to mogliby nie pożyczać pieniędzy spółce.

**Fikcyjny Rolls Royce Ghost i wycieczki do Nowego Yorku**

Potencjalnych inwestorów miały przyciągnąć atrakcyjne nagrody, o których informował zarządzający spółką na swoich mediach społecznościowych. Polskie Destylarnie zorganizowały konkurs on-line, gdzie do wygrania były wycieczki m.in. do Marrakeszu, Nowego Yorku i Paryża, a także luksusowy samochód osobowy marki Rolls Royce Ghost. Aby do niego przystąpić, należało wpłacić minimum 499 zł i wymyślić nazwy dla produktów alkoholowych spółki. UOKiK ustalił, że zwycięzcy konkursu nie zostali wyłonieni, a żadna z nagród nie była przyznana. Jednocześnie ani Polskie Destylarnie, ani zarządzający spółką, nie byli właścicielami samochodu – był on w leasingu. Brak przyznania nagród, pomimo wcześniejszych zapewnień w przekazach marketingowych, jest jedną   
z poważniejszych nieuczciwych praktyk rynkowych przewidzianych w przepisach.

Polskim Destylarniom grozi kara do 10 proc. obrotu osiągniętego w roku poprzedzającym rok nałożenia kary za każdą z sześciu praktyk. Konsekwencje finansowe może ponieść także osoba zarządzająca, której za umyślne dopuszczenie do naruszeń zbiorowych interesów konsumentów grozi kara do 2 mln zł.