Ponad milion złotych kary dla Janusza Palikota i Polskich Destylarni

* **Nieprawdziwe informacje o pozycji rynkowej spółki, nieinformowanie   
  o ryzykach, nieistniejący crowdfunding pożyczkowy i fikcyjny konkurs – to tylko przykłady zakwestionowanych działań kampanii pożyczkowej „Skarbiec Palikota”.**
* **Działania promocyjne były prowadzone głównie w mediach społecznościowych Janusza Palikota – członka zarządu spółki.**
* **Prezes UOKiK wydał decyzję, w której nałożył karę na Janusza Palikota – 950 tys. zł oraz zarządzane przez niego Polskie Destylarnie - 239 tys. zł.**

**[Warszawa, 6 sierpnia 2024 r.]** Prezes UOKiK Tomasz Chróstny [w prowadzonym postępowaniu](https://uokik.gov.pl/skarbiec-palikota-zarzuty-prezesa-uokik) postawił spółce Polskie Destylarnie 6 zarzutów naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Ustalił również odpowiedzialność Janusza Palikota, członka zarządu tej spółki, za przyczynienie się do naruszenia prawa.

Wątpliwości dotyczyły kampanii pożyczkowej „Skarbiec Palikota”, w ramach której konsumenci mogli wpłacać pieniądze tytułem udzielenia spółce pożyczki na dalszy jej rozwój. Działania promocyjne były prowadzone głównie w mediach społecznościowych Janusza Palikota – członka zarządu spółki, który osobiście zachęcał do zaangażowania się   
w inwestycje, organizując m.in. webinary dla potencjalnych inwestorów. Spółka już po 6 tygodniach zaprzestała spłacać odsetki od udzielonych przez konsumentów pożyczek oraz zakończyła kampanię pożyczkową.

**W wydanej decyzji Prezes UOKiK uznał za wprowadzające w błąd:**

* Nieprawdziwe informacje o pozycji rynkowej i osiągnięciach

Aby uwiarygodnić swoją sytuację i zachęcić do wpłat, Polskie Destylarnie na stronie internetowej podawały nieprawdziwe informacje o skali swojej działalności. Firma chwaliła się, że jest „czołowym polskim producentem alkoholu etylowego”, a jej odbiorcami są podmioty z branży farmaceutycznej, koncerny paliwowe, chemiczne oraz kosmetyczne. Twierdzenia te były nieprawdziwe.

Wprowadzające w błąd informacje dotyczyły również potencjalnych zysków z inwestycji. „Na wzroście wartości spółek Janusza skorzystasz również Ty - nawet 50% zysku, jaki Skarbiec Palikota wygeneruje po piątym roku działalności trafi w ręce uczestników projektu”, „Skarbiec Palikota będzie skupiał alkoholowe biznesy Janusza Palikota” – przekonywały materiały reklamowe spółki. Mimo, że jedynym pożyczkobiorcą w ramach „Skarbca Palikota” były Polskie Destylarnie, spółka ta sugerowała, że konsumenci będą mogli partycypować w zysku szerszego grona firm. Chwaliła się także większym asortymentem alkoholi niż faktycznie produkowała oraz wyróżnieniami i medalami, które zostały przyznane innym podmiotom.

Nieprawdziwe informacje dotyczyły także danych finansowych. „Mieliśmy 56 milionów   
w roku 2022, planujemy 140 w 2023” - tak Janusz Palikot informował podczas jednego   
z webinarów o obrotach, które miał generować organizowany przez niego projekt. Sugerował, że są to dane finansowe pożyczkobiorcy kampanii „Skarbiec Palikota”. Tymczasem, jak ustalił UOKiK w toku postępowania, obrót Polskich Destylarni wyniósł   
w 2022 roku - 0 zł.

* Nieistniejący crowdfunding pożyczkowy

Polskie Destylarnie reklamując kampanię pożyczkową „Skarbiec Palikota” opisywały ją jako „finansowanie społecznościowe” oraz „crowdfunding pożyczkowy”. Materiały podkreślały doświadczenia oraz sukcesy Janusza Palikota w gromadzeniu kapitału tą drogą: „Mistrz finansowania społecznościowego Ponad 140 milionów złotych - to kwota, którą Janusz Palikot i kierowanego przez niego spółki i skupionych wokół niego menadżerów, pozyskał dzięki różnego rodzaju projektom finansowania społecznościowego”. W rzeczywistości firma wprowadzała w błąd, ponieważ do zbiórki pieniędzy w ramach „Skarbca Palikota” nie miała zastosowania tzw. ustawa crowdfundingowa. Taka informacja nie występowała jednak   
w żadnym materiale reklamowym - znalazła się jedynie w końcowej części Karty Projektu   
w dziale Zastrzeżenia. Konsumenci zawierając umowy pożyczki w ramach kampanii „Skarbiec Palikota” nie brali udziału w crowdfundingu w rozumieniu tej ustawy, zbiórka nie spełniała bowiem warunków w niej określonych. W konsekwencji, konsument w związku   
z powierzeniem spółce pieniędzy nie był objęty ustawową ochroną.

Zgodnie z przepisami, zbiórka crowdfundingowa jest nadzorowana przez KNF. Taka działalność podlega wymogom przewidzianym dla tradycyjnych instytucji rynku kapitałowego. Organizator musi mieć m.in. własny kapitał i zapewnić odpowiedni standard ochrony środków inwestorów. Pożyczka po ustalonym czasie jest oddawana konsumentowi z odsetkami.

* Pieniądze od konsumentów wydawane na pokrycie długów

Na nowe aktywa i prawa pożyczkobiorcy, na określone cele związane ze współfinansowaniem działalności operacyjnej Polskich Destylarni – taki miał być zasadniczy cel wydatkowania pożyczek konsumentów. Tymczasem, pieniądze nie były wydatkowane w sposób sugerowany w umowie. W rzeczywistości Polskie Destylarnie - wbrew pierwotnym deklaracjom - rolowały swoje długi, kierując znaczne środki do podmiotów powiązanych z Januszem Palikotem.

* Nieinformowanie o ryzykach oraz eksponowanie wyłącznie korzyści z inwestycji

Prezes UOKiK zakwestionował eksponowanie w materiałach reklamowych korzyści   
a pomijanie informacji o ryzyku inwestycyjnym, którym może być utrata nawet wszystkich pożyczonych pieniędzy. Komunikaty sugerowały gwarancję zysku i bezpieczeństwo powierzonych środków – na przykład: „Inwestujesz, zarabiasz, chronisz swoje pieniądze przed inflacją, a jednocześnie pomagasz umiędzynarodowić naszą firmę”. Model biznesowy Polskich Destylarni nie dawał konsumentom żadnej pewności i gwarancji wypłaty zysku. Zgodnie z umową, to spółka Janusza Palikota była jedynym dysponentem pieniędzy i sama decydowała na co je przeznaczy. Nie oferowano konsumentom w zamian żadnego realnego zabezpieczenia pożyczonych pieniędzy.

* Fikcyjny konkurs

Wycieczki do Nowego Jorku, Paryża, Marrakeszu oraz pobyt w posiadłości Janusza Palikota  
i luksusowy samochód Rolls-Royce Ghost – taka pula nagród czekała na osoby, które pożyczą pieniądze Polskim Destylarniom i zgłoszą nowe nazwy dla produktów alkoholowych spółki. Była to główna treść materiałów reklamowych. Tymczasem zwycięzcy konkursu nie zostali wyłonieni, a żadna z nagród nie została przyznana.

**Kary finansowe**

Prezes UOKiK nałożył kary finansowe na Polskie Destylarnie za wprowadzanie konsumentów w błąd – 239 tys. zł oraz na Janusza Palikota – członka zarządu spółki – 950 tys. zł, ponieważ umyślnie dopuścił do naruszenia praw konsumentów**.** Polskie Destylarnie muszą poinformować inwestorów o wydanej przez Prezesa UOKiK decyzji: e-mailem   
i listownie. Komunikat ma pojawić się także na kontach Janusza Palikota w serwisie Facebook i Instagram.

Decyzja nie jest prawomocna i zarówno spółka, jak i jej menadżer, mogą odwołać się od niej do sądu.