



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KRAKOWIE

RKR-61-3/14/PP-15/14

Kraków, dnia 25 listopada 2014 r.

DECYZJA NR RKR - 27/2014

Stosownie do art. 33 ust. 4-6 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz.U. nr 50 poz. 331, z późn. zm.)

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po przeprowadzeniu, wszczętego z urzędu, postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania Trade Connect sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach podejmowane w związku z oferowaniem za pośrednictwem internetowego serwisu aukcyjnego allegro.pl usługi pośrednictwa w zakupie towarów od zagranicznych sprzedawców, polegające na nieprzekazywaniu w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji:

- 1) o tym, że przedmiotem aukcji organizowanych przez przedsiębiorcę jest usługa pośrednictwa w zakupie towaru od zagranicznego sprzedawcy, a nie sprzedaż towaru prezentowanego w tytule i w opisie aukcji,
- 2) o imieniu, nazwisku (nazwie) i adresie (siedzibie) sprzedawcy towaru,
- 3) o cenie towaru i wynagrodzeniu przedsiębiorcy, obejmującej wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
- 4) o przedsiębiorcy, któremu kupujący powinien odesłać otrzymany towar w przypadku odstąpienia od umowy,

co może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, które to działania stanowią praktykę wskazaną w art. 6 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. Nr 171, poz.1206) i narusza art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów*,

oraz **stwierdza się zaniechanie** jej stosowania: z dniem 27 kwietnia 2014 r. w zakresie wskazanym w pkt 3, z dniem 4 czerwca 2014 r. w zakresie wskazanym w pkt 2 i z dniem 30 sierpnia 2014 r. w zakresie wskazanym w pkt 1 i 4.

II. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **nakłada się karę pieniężną** na Trade Connect sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach, z tytułu dopuszczenia się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I. niniejszej decyzji, w wysokości 9 709,00 zł (słownie: dziewięć tysięcy siedemset dziewięć złotych 00/100), płatną do budżetu państwa.

III. na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* oraz art. 263 § 1 i 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. - Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), w związku z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* postanawia się **obciążyć** Trade Connect sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach **kosztami niniejszego postępowania**, w wysokości

32,00 zł (słownie: trzydzieści dwa złote 00/100) i zobowiązać przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura UOKiK w Krakowie (dalej: „Prezes UOKiK”, „organ ochrony konsumentów”), przeprowadził z urzędu postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działaniami przedsiębiorcy działającego pod firmą Trade Connect Sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach (dalej: „Trade Connect”, „przedsiębiorca”) doszło do naruszenia przepisów regulujących zawieranie umów z konsumentami na odległość, uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Na podstawie ustaleń dokonanych w toku ww. postępowania Prezes UOKiK postanowieniem nr RKR-67/2014 wszczął w dniu 14 kwietnia 2014 r. postępowanie pod zarzutem stosowania przez Trade Connect praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z oferowaniem za pośrednictwem internetowego serwisu aukcyjnego allegro.pl usługi pośrednictwa w zakupie towarów od zagranicznych sprzedawców, poprzez stosowanie praktyki wskazanej w art. 6 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, polegającej na nieprzekazaniu w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji:

- 1) o tym, że przedmiotem aukcji organizowanych przez przedsiębiorcę jest usługa pośrednictwa w zakupie towaru od zagranicznego sprzedawcy, a nie sprzedaż towaru prezentowanego w tytule i w opisie aukcji,
- 2) o imieniu, nazwisku (nazwie) i adresie (siedzibie) sprzedawcy towaru,
- 3) o cenie towaru i wynagrodzeniu przedsiębiorcy, obejmującej wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
- 4) o przedsiębiorcy, któremu kupujący powinien odesłać otrzymany towar w przypadku odstąpienia od umowy,

co może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, uznając, że działanie to może naruszać art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów*.

Postanowieniem nr RKR-68/2014 w dniu 14 kwietnia 2014 r. Prezes UOKiK zaliczył w poczet materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu dokumenty i wyjaśnienia uzyskane w toku ww. postępowania wyjaśniającego o sygnaturze RKR-405-32/13/PP, stanowiące:

- wezwanie zn. RKR-405-32/13/PP-2/13 z dn. 4 grudnia 2013 r.,
- notatkę zn. RKR-405-32/13/PP-3/13 z dn. 4 grudnia 2013 r. wraz z załącznikami nr 1-4,
- odpowiedź Trade Connect sp. z o.o. z dn. 24 grudnia 2013 r. wraz z załącznikami 1-30,
- wezwanie zn. RKR-405-32/13/PP-5/14 z dn. 3 stycznia 2014 r.,
- odpowiedź Trade Connect sp. z o.o. z dn. 27 stycznia 2014 r. wraz z załącznikami 1-9,
- notatkę zn. RKR-405-32/13/PP-7/14 z dn. 10 kwietnia 2014 r. wraz z załącznikiem.

Pismem z dnia 14 kwietnia 2014 r. Trade Connect został zawiadomiony o wszczętym wobec niego postępowaniu oraz wezwany do ustosunkowania się do przedstawionego zarzutu

stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przedsiębiorca ustosunkował się do przedstawionego zarzutu w piśmie z dnia 27 kwietnia 2014 r.

Prezes UOKiK ustalił, co następuje.

Trade Connect sp. z o.o. z siedzibą w Kielcach jest spółką zarejestrowaną pod numerem KRS: 0000426782 w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonym przez Sąd Rejonowy w Kielcach X Wydział Gospodarczy, na podstawie wpisu z dnia 12 lipca 2012 r. Do przedmiotu działalności przedsiębiorcy należy m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet (PKD 47.91.Z) oraz pozostała działalność w zakresie informacji, gdzie indziej nie sklasyfikowana (PKD 63.99.Z).

[dowód: karty nr 26-31]

Trade Connect jest przedsiębiorcą, który za pośrednictwem internetowego serwisu aukcyjnego allegro.pl (dalej: allegro.pl) oferuje konsumentom możliwość dokonywania zakupów towarów, głównie telefonów komórkowych. Przedsiębiorca umożliwia klientom zawieranie z nim umów w drodze transakcji, określonych w pkt 3.2.c regulaminu allegro.pl jako „*Transakcja wyłącznie z opcją Kup Teraz, w ramach której Sprzedający wystawia Towar oferując jego sprzedaż po stałej, określonej z góry cenie; Transakcja ta może być zarówno jednoprzmiotowa, jak i wieloprzmiotowa*”. Oferty zawarcia tego rodzaju transakcji, zwane dalej „aukcjami”, zamieszczane były przez przedsiębiorcę od sierpnia 2012 roku w serwisie allegro.pl, przy użyciu zarejestrowanych w nim kont użytkowników o nazwach: TradeConnect, TradeBox, Tradetech, qTrade24, Tivtrade, Proflame i MusicConnection. W toku niniejszego postępowania aktywne było tylko konto TradeConnect i w odniesieniu do działań podejmowanych z wykorzystaniem tego konta dokonywano ustaleń dotyczących praktyk stosowanych przez przedsiębiorcę. Z tego konta przedsiębiorca dokonał ponad [] transakcji.

[dowód: karta nr 47, 337, 382]

Na aukcjach w serwisie allegro.pl Trade Connect oferuje konsumentom możliwość dokonania zakupu towarów oferowanych przez zagranicznych sprzedawców na zagranicznych serwisach aukcyjnych. Działalność ta, według wyjaśnień przedsiębiorcy, odbywa się *na zasadzie pośrednictwa pomiędzy kupującym a sprzedawcą towaru i nawiązuje do modelu logistycznego, określanego jako „dropshipping”, którego istotą jest przeniesienie procesu wysyłki i dostawy towaru na podmiot trzeci, natomiast rolę właściciela sklepu internetowego lub konta w serwisie aukcyjnym (w tym przypadku serwisu allegro.pl) jest pośrednictwo pomiędzy klientem sklepu a sprzedawcą towaru*. Przedsiębiorca podkreśla fakt, że w skonstruowanym przez niego modelu prowadzenia działalności jego oferta *nie jest ofertą sprzedaży towaru zaprezentowanego w aukcji, a ofertą polegającą na jego zamówieniu i opłaceniu w imieniu Kupującego bezpośrednio u jego sprzedawcy. (...) Decydując się na skorzystanie z oferty TradeConnect, kupujący udziela TradeConnect pełnomocnictwa do dokonania wyżej wymienionych czynności w jego imieniu i na jego rachunek. Co za tym idzie, TradeConnect nie jest sprzedawcą towaru w rozumieniu art. 535 kodeksu cywilnego, a pośrednikiem, świadczącym usługę pośrednictwa w zakupie zaprezentowanego w ofercie towaru*. Przedsiębiorca podkreśla także, że oferowana przez niego usługa, to usługa pośrednictwa w zakupie, świadczona na rzecz polskiego klienta, nie zaś usługa pośrednictwa w sprzedaży, świadczona na rzecz sprzedawcy. Wynagrodzeniem Trade Connect jest prowizja, odpowiadająca różnicy pomiędzy kwotą wpłaconą przez kupującego na rachunek

Trade Connect, a kwotą przekazaną sprzedawcy tytułem opłacenia w imieniu kupującego towaru oraz wysyłki na wskazany przez kupującego adres.

[dowód: karta nr 35]

Przebieg transakcji w modelu działalności stosowanym przez przedsiębiorcę, według jego wyjaśnień, przebiega następująco:

- wyszukanie przez Trade Connect w zagranicznych portalach handlowych oferty (lub kilku ofert) sprzedaży towarów na podstawie której Trade Connect tworzy własną ofertę w zakresie pośrednictwa w zakupie oferowanego przez sprzedawcę (sprzedawców) towaru,
- wystawienie przez Trade Connect aukcji w portalu allegro.pl z ofertą usługi pośrednictwa w zakupie, polegającej na zamówieniu w imieniu i na rachunek Kupującego zaprezentowanego w rzeczonyj aukcji towaru, bezpośrednio u Sprzedawcy.
- skorzystanie przez polskiego kupującego z opcji „Kup teraz” zgodnie z regulaminem allegro.pl i zawarcie umowy o pośrednictwo w zakupie pomiędzy Trade Connect a kupującym,
- dokonanie zapłaty przez Trade Connect zamówienia oraz zapłaty za towar i dostawę zaprezentowanego w aukcji towaru w imieniu i na rachunek Kupującego, bezpośrednio u jego sprzedawcy za pośrednictwem zagranicznych portali handlowych,
- wystawienie przez Trade Connect faktury za wykonanie usługi pośrednictwa w zakupie,
- wysłanie towaru przez sprzedawcę na wskazany przez kupującego adres,
- doręczenie towaru pod wskazany adres kupującemu.

[dowód: karta nr 38]

Przedsiębiorca podkreśla, że świadczona przez niego usługa to usługa pośrednictwa w zakupie, a podstawą normatywną upoważniającą go do zawierania takiej umowy z konsumentami jest art. 353¹ *kodeksu cywilnego*, traktujący o swobodzie umów. Zaznacza on także, że nie jest przedstawicielem (pełnomocnikiem ani agentem) zagranicznego sprzedawcy i nie reprezentuje go wobec kupujących. Zdaniem Trade Connect umowa zawierana przez niego z konsumentami nie odpowiada wprost żadnej z umów nazwanych i należy ją zakwalifikować jako „umowę nienazwaną o charakterze mieszanym”, zawierającą w sobie elementy umowy zlecenia (art. 734 § 1 *kodeksu cywilnego*), tj. dokonanie czynności prawnej w imieniu dającego zlecenie na zasadzie zastępstwa bezpośredniego, ale także zobowiązanie do wykonywania czynności faktycznych (pomoc w monitorowaniu przesyłki itp.), które nie podpadają pod żaden typ umowy nazwanej, zastosowanie do nich z mocy art. 750 *kodeksu cywilnego* mają jedynie odpowiednio przepisy o zleceniu.

Przedsiębiorca działa na podstawie pełnomocnictwa zawartego w regulaminie (pkt 10) organizowanych przez niego aukcji w serwisie allegro.pl, zamieszczonym na stronie „O mnie”, do którego odesłanie znajduje się na aukcji (dalej: „regulamin”), o treści:

„Niniejszym udzielam Trade Connect (...) pełnomocnictwa do zakupu w moim imieniu i na moją rzecz oraz opłacenia w moim imieniu ceny i kosztów przesyłki towaru, opisanego na stronie przedmiotu. Zezwalam także Trade Connect sp. z o.o. na przekazywanie sprzedawcy towaru w moim imieniu otrzymywanych ode mnie środków pieniężnych, jak również odbieranie w moim imieniu ewentualnych zwrotów środków pieniężnych od sprzedawcy”

[dowód: karta nr 44]

W świetle powyższego przedsiębiorca uznaje, że nie jest również importerem, w rozumieniu art. 2 pkt 7 *ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług* (t.j. Dz.U. z 2011 r. nr 177, poz. 1054, z późn. zm.). Wedle doświadczeń nabytych przez

przedsiębiorcę w dotychczas prowadzonej działalności, również polskie organy celne uznają za importerów w tego typu przypadkach odbiorców końcowych zamawianych w ten sposób przesyłek z zagranicy, a nie Trade Connect.

[dowód: karty nr 39-40]

Według wyjaśnień przedsiębiorcy nabywca towaru jest informowany, iż w związku z dokonywanym zakupem, przepisy obowiązującego prawa mogą wymagać uiszczenia cła oraz podatku VAT, gdyż w regulaminie znajduje się informacja (§ 6, zdanie pierwsze): „*W przypadku wystąpienia dodatkowych opłat celnych i podatku VAT, obowiązek ich uiszczenia spoczywa na Kupującym*”.

[dowód: karty nr 45]

Ustalenia odnoszące się do poszczególnych przejawów praktyki wymienionych w pkt I. sentencji niniejszej decyzji, przedstawiają się następująco.

ad pkt I.1

W aukcjach organizowanych przez Trade Connect przedmiot aukcji był nieprawidłowo określany już w samych ich tytułach. Tytuły aukcji były bowiem formułowane przez przedsiębiorcę w sposób sugerujący, że ich przedmiotem jest towar, np.:

- „NOWA NOKIA 2720 FOLD 2 KOLORY GWARANCJA WYPRZEDAŻ”,
- „SONY ERICSSON XPERIA X 10 MINI PRO CZERWONY 5Mpx”,
- „HIT! NOWY LG OPTIMUS 2 KOLORY PL MENU BEZ SIM”.

[dowód: karty nr 25, 83, 111]

Tytuł aukcji nie zawierał żadnego zwrotu jasno wskazującego, że dotyczy ona usługi pośrednictwa w zakupie.

Aukcje przedsiębiorcy umiejscowione były ponadto w działach przeznaczonych dla towarów, a nie dla usług. Zgodnie z regulaminem allegro.pl:

5.5. Transakcję należy umieścić w kategorii odpowiedniej ze względu na rodzaj Towaru. przy czym, zgodnie z definicjami zawartymi w regulaminie przez towar rozumie się również usługę:

TOWAR - rzecz, usługa lub prawo, które mogą być przedmiotem Transakcji, zgodnie z Regulaminem

a przez sprzedającego również oferującego usługi:

SPRZEDAJĄCY - Użytkownik oferujący do sprzedaży Towary w ramach Allegro niezależnie od rodzaju Transakcji.

Przy czym serwis allegro.pl zawiera następujące kategorie główne: *Elektronika, Moda i uroda, Dom i zdrowie, Dziecko, Kultura i rozrywka, Sport i wypoczynek, Motoryzacja, Kolekcje i sztuka, Firma i usługi, Strefa okazji*. Kategorie te ulegają dalszemu podziałowi na kategorie niższego rzędu, bardziej szczegółowo grupujące przedmioty transakcji. Przedsiębiorca oferował swoje usługi pośrednictwa w zakupie na aukcjach wystawianych w kategoriach właściwych dla produktów, np. w przypadku telefonów w kategorii „Telefony komórkowe”:

Allegro → Elektronika → Telefony i Akcesoria → Telefony komórkowe

Tymczasem dla usług serwis allegro.pl zawiera kategorię „Usługi”, właściwą do zamieszczania ofert świadczenia usług:

Allegro → Firma i usługi → Usługi

[dowód: karty nr 285, 359]

Zgodnie z regulaminem allegro.pl ogół warunków umowy powinien być zawarty w opisie transakcji, wypełnianym przez sprzedającego na stosownej stronie serwisu [podkr.-UOKiK]:

- 5.1. *Aby wystawić Towar w Transakcji Sprzedający powinien stworzyć jej opis. W tym celu Sprzedający powinien wypełnić dostępny na stosownej stronie Allegro formularz sprzedaży. Tworząc opis Transakcji, Sprzedający określa ogół warunków umowy zawartej pomiędzy użytkownikami.*
- 5.4. *Opis Towaru powinien być rzetelny i kompletny oraz nie może wprowadzać w błąd innych Użytkowników, w szczególności co do właściwości Towaru, takich jak: jego jakość, pochodzenie, marka czy producent. Opis Towaru powinien być zgodny z wymogami prawa, w szczególności powinien zawierać wymagane w określonych okolicznościach informacje, w tym informacje wskazane w obowiązujących przepisach dotyczących ochrony konsumentów. Użytkownik ponosi pełną odpowiedzialność za treści umieszczone przez siebie w opisie Transakcji, w tym jest odpowiedzialny za wszelkie błędy lub nieścisłości takiego opisu.*

Zgodnie z regulaminem allegro.pl użytkownik danego konta może również umieszczać pewne informacje na stronie „O mnie”:

- 13.1. *Użytkownik, korzystając z opcji strona „O mnie”, może zamieścić w Allegro informacje o sobie (dane kontaktowe) oraz swojej działalności (w tym w postaci linka/odnośnika do swojej strony www, pod warunkiem, że za jej pośrednictwem nie jest prowadzona sprzedaż). Strona „O mnie” jest przyporządkowana do danego Konta. Treść strony „O mnie” jest jawna i widoczna dla wszystkich odwiedzających Allegro i nie może zachęcać do dokonywania zakupów poza Allegro. Szczegółowe zasady tworzenia strony o mnie określa Załącznik nr 5 do Regulaminu.”*

[dowód: karty nr 386, 388]

Z powyższych zasad funkcjonowania serwisu allegro.pl wynika, że podstawowym miejscem, w którym kupujący ma prawo oczekiwać całokształtu informacji dotyczących przedmiotu aukcji oraz ogółu warunków zawieranej na niej umowy, jest strona poświęcona konkretnej aukcji, a nie strona „O mnie”. Strona „O mnie” ma charakter bardziej informacyjny o podmiocie sprzedającego, niż o przedmiocie transakcji. Strona z opisem danej transakcji ma niewątpliwie wyższy priorytet, jeśli idzie o dostarczanie nabywcy ważnych informacji o przedmiocie transakcji, niż strona „O mnie”, nawet, jeżeli na stronie danej aukcji znajduje się odesłanie do strony „O mnie”.

Na samej stronie aukcji, w opisie transakcji, przedsiębiorca również nie zamieszczał nigdzie informacji, że jej przedmiotem jest usługa. Informacje na stronie aukcji przedstawiały szczegółowo wyłącznie właściwości (techniczne) samego produktu (np. telefonu), który ma być zamówiony za pośrednictwem przedsiębiorcy, ale nie będącego w istocie przedmiotem aukcji. Były one tylko poprzedzone zdaniem „Dzisiaj oferujemy Państwu zamówienie towaru:”. Zwrot ten jest dwuznaczny i może być również rozumiany w sensie: „oferujemy Państwu („wam”), zamówienie („przez was”) towaru („u nas”)”. Osoby, które tak zinterpretują stosowany przez przedsiębiorcę zwrot, mogły być przekonane, że oznacza on po

prostu ofertę zakupu towaru u przedsiębiorcy. Ze względu na to, że zakup dokonywany jest na odległość i zachodzi konieczność dokonania związanych z tym dodatkowych czynności - m.in. opakowania i wysyłki towaru, użyte określenie „oferujemy zamówienie” może być rozumiane przez nabywcę w znaczeniu „oferujemy zakup”. W języku potocznym czynność zakupu na odległość przy użyciu elektronicznych środków komunikowania bywa również określana jako „zamówienie”, jak np. w zwrocie: „zamówiłem przez internet (...)”, „zamówiłam na allegro (...)”, itp. Wobec powyższego nie można uznać, że stosowany na stronie aukcji zwrot jednoznacznie wskazuje, że przedmiotem oferty jest usługa pośrednictwa w zakupie, a nie dokonanie zakupu.

Wrażenie, że przedmiotem danej aukcji jest transakcja sprzedaży, wzmacniają informacje i oznaczenia zawierane w polach formularza strony aukcji. Np. udział w aukcji odbywa się poprzez kliknięcie przycisku oznaczonego napisem „Kup Teraz”. Organizator aukcji oznaczony jest w niej jako „Sprzedający”. Strona zawiera także linki „Wszystkie przedmioty sprzedającego”, „Pytanie do sprzedającego” oraz „Dane firmy” (sprzedającego). Również w mailu wysyłanym przez serwis allegro.pl automatycznie do osoby która dokonała zakupu na danej aukcji, Trade Connect jest oznaczony jako „Sprzedający”.

Okoliczność, że takie oznaczenie stron aukcji wynika z formularzy udostępnianych przez serwis allegro.pl nie wyłącza możliwości korzystającego z serwisu przedsiębiorcy właściwego poinformowania uczestników aukcji „Kup Teraz” co jest jej przedmiotem. Mając świadomość, że w aukcji „Kup Teraz” jest oznaczony jako „Sprzedający” ma możliwość dokładnego wyjaśnienia w opisie aukcji, że jej przedmiotem jest zlecenie wykonania usługi, a nie sprzedaż eksponowanego na niej towaru.

Na stronie aukcji, w zakładce „Dostawa i płatność” przedsiębiorca zamieszczał tylko informacje:

- „Towar wysyłany jest od zagranicznych dystrybutorów”
- „Lokalizacja: Wysyłka z zagranicy”

Powyższe dane również nie wskazywały jasno i jednoznacznie, że usługa dotyczy pośrednictwa w zakupie. W szczególności z opisu aukcji ani z regulaminu nie wynika, kim jest i jaką rolę w transakcji odgrywa wspomniany „zagraniczny dystrybutor”. Klient może działać w przekonaniu, że jest to zagraniczny oddział Trade Connect, lub współpracujący z nim inny przedsiębiorca, obsługujący tą firmę w zakresie wykonywania logistycznych czynności związanych z dostawą i wysyłką towarów sprzedawanych przez Trade Connect.

Na stronach aukcji Trade Connect zamieszczał odesłanie do regulaminu, dostępnego na stronie „O mnie”, poprzez zamieszczenie informacji: „Pozostałe warunki zakupu ujęte są w regulaminie dostępnym na stronie „o mnie”. Prosimy o szczegółowe zapoznanie się z warunkami zakupu.”

Regulamin również nie wyjaśnia wprost, że „przedmiotem aukcji jest zawarcie umowy o świadczenie usługi pośrednictwa w zakupie”, a nie zakup towaru. Informacja ta jest zasygnalizowana tylko w sposób pośredni, przy użyciu niejednoznacznego terminu „zamawianie” użytego w postanowieniu zawartym w pkt 4 regulaminu:

„Niniejszy regulamin określa zasady zamawiania towarów za pośrednictwem Trade Connect (...)”.

[dowód: karta nr 18]

W regulaminie informacje na temat charakteru umowy zawieranej na aukcji również nie są podane w sposób jasny i jednoznaczny. Używane w nim terminy „Sprzedawca”, „Dostawca” i „Dystrybutor” nie są zdefiniowane i są używane w sposób niekonsekwentny. W

szczegółności regulamin zawiera postanowienie (pkt 1), w świetle którego klient akceptuje wystawianie i przesyłanie przez „Sprzedawcę” faktur w formie elektronicznej, o brzmieniu: *Każdy Klient, dokonujący zakupu oferowanych produktów, akceptuje wystawianie i przesyłanie przez Sprzedawcę faktur w formie elektronicznej, zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 14 lipca 2005r. w sprawie wystawiania oraz przesyłania faktur w formie elektronicznej, a także przechowywania oraz udostępniania organowi podatkowemu lub organowi kontroli skarbowej tych faktur (Dz. U. 2005, nr 133, poz. 1119).*

W taki sposób Trade Connect może regulować warunki aukcji wyłącznie w odniesieniu do faktur wystawianych przez siebie (odnośnie swojego wynagrodzenia jako pośrednika), a nie innych, zagranicznych sprzedawców, których nie reprezentuje i z którymi nie łączy go żadna umowa o współpracy, co sugeruje, że to Trade Connect jest „Sprzedawcą”.

Regulamin zawiera ponadto postanowienie (pkt 7.2) zgodnie z którym *„W ramach reklamacji, odesłany przedmiot zamówienia przekazywany jest do Sprzedawcy. Adres do reklamacji: Trade Connect sp. z o.o., ul. Karczówkowska 5A/45, 25-019 Kielce”*. Sposób podania tej informacji sugeruje, że Sprzedawcą jest Trade Connect.

[dowód: karty nr 48-50]

ad I.2.

Na stronach aukcji organizowanych przez przedsiębiorcę, jak również na stronie zawierającej regulamin aukcji, nie były zamieszczane żadne informacje o osobie sprzedawcy produktu, w którego zakupie Trade Connect oferuje swe pośrednictwo. W szczególności brak było informacji o imieniu, nazwisku (nazwie) i adresie (siedzibie) sprzedawcy towaru.

[dowód: karty nr 58-110]

ad I.3.

Na stronach aukcji organizowanych przez przedsiębiorcę brak było jakichkolwiek informacji o podatkach (podatek od towarów i usług) i opłatach (cło) związanych z importem sprowadzanego za pośrednictwem Trade Connect produktu.

[dowód: karty nr 58-110]

Regulamin aukcji zawierał tylko oświadczenie Trade Connect, że nie jest ono importerem oferowanego towaru (pkt 5.4.), w innym miejscu regulamin stanowił że *„w przypadku wystąpienia dodatkowych opłat celnych i podatku VAT, obowiązek ich uiszczenia spoczywa na Kupującym”* (pkt. 6).

[dowód: karta nr 50]

Przedsiębiorca nie podawał przy tym innych informacji o tym, czy na jego kliencie w ogóle spoczywa obowiązek uiszczenia cła i/lub podatku VAT, ani w jakiej wysokości. Nabywca nie był także w stanie we własnym zakresie - nawet gdyby umiał - oszacować należności z tytułu cła i/lub podatku VAT wiążących się z zamówieniem, ze względu na brak niezbędnych do tego informacji:

- o kraju, z którego następuje dostawa przedmiotu zamówienia (w tym czy dostawa następuje z obszaru Unii Europejskiej, czy spoza tego obszaru),
- o wartości celnej towaru.

Informacji o wartości celnej towaru nie dostarcza w szczególności cena „Kup Teraz” określona w aukcji, która zawiera w sobie również wynagrodzenie przedsiębiorcy za usługę

pośrednictwa. W świetle wyjaśnień przedsiębiorcy nie może on podawać nabywcom informacji o tym, ile wynosi cena towaru a ile cena usługi, z tego względu, że ceny towarów oferowanych przez zagranicznych sprzedawców wyrażane są w walucie obcej - to jest dolarze amerykańskim. Ustalenie ceny towaru oraz kosztów dostawy w walucie polskiej może mieć natomiast miejsce najwcześniej w dniu dokonania płatności na rzecz sprzedawcy, z tego względu, że dopiero wtedy jest znany dokładny dzienny kurs dolara amerykańskiego.

[dowód: karta nr 176]

Samodzielne ustalenie istnienia (lub nie) obowiązku uiszczenia podatków i opłat związanych z importem danego produktu, wymaga także dość specjalistycznej wiedzy fachowej na ten temat. Jak wskazuje sam przedsiębiorca w składanych Prezesowi UOKiK wyjaśnieniach, szacunek opłat celnych i podatku VAT dokonywany jest w oparciu o następujące przepisy prawa polskiego oraz prawa Unii Europejskiej:

- w zakresie ustalenia wartości celnej towaru: art. 29 ust. 1 oraz art. 32 ust. 1 lit. a) pkt i) rozporządzenia Rady ustanawiającego Wspólnotowy Kodeks Celny; art. 169 rozporządzenia Komisji nr 2454/93 ustanawiającego przepisy w celu wykonania rozporządzenia ustanawiającego Wspólnotowy Kodeks Celny; § 1 rozporządzenia z dnia 19 marca 2004 r. w sprawie kursu wymiany stosowanego w celu ustalenia wartości celnej, wydanego przez Ministra Finansów na podstawie art. 11 ustawy Prawo celne;
- w zakresie ustalenia, czy import towarów zaprezentowanych w aukcji podlega cłu: art. 23 (rozporządzenia) Rady nr 1186/2009 ustanawiającego wspólnotowy system zwolnień celnych; rozporządzenie Rady nr 2658/87 w sprawie nomenklatury taryfowej i statystycznej oraz w sprawie Wspólnej taryfy Celnej, w zakresie jakim dotyczy telefonów komórkowych („Telefony dla sieci komórkowych lub innych sieci bezprzewodowych”, numer nomenklatury 8517 12 00),
- w zakresie ustalenia podstawy opodatkowania podatkiem VAT (stan prawny na 31.12.13) art. 29 ust. 13 ustawy o podatku od towarów i usług,
- w zakresie ustalenia wysokości stawki podatku VAT dla importu towarów (stan prawny na 31.12.13 r.) : art. 146a pkt 1 w zw. z art. 41 ust. 1 ustawy o podatku od towarów i usług.

[dowód: karta nr 177]

ad pkt I.4.

Regulamin zawierał postanowienie (pkt 7.8) zgodnie z którym „Kupującemu przysługuje prawo rezygnacji z transakcji w ciągu 10 dni od otrzymania Przedmiotu zamówienia. Towar należy odesłać do Dystrybutora odpowiedzialnego za nadanie przedmiotu zamówienia”. Pojęcie „Dystrybutor” nie było zdefiniowane w regulaminie, natomiast przedsiębiorca wyjaśnił, że: „Dystrybutorem może być sprzedawca lub podmiot współpracujący ze sprzedawcą, którego zadaniem jest wysyłanie przedmiotu zamówienia. Dane dystrybutora zawarte są zawsze na przesyłce zawierającej towar.”

Podmiot „Dystrybutora” był określony niejednoznacznie również w świetle tych wyjaśnień, gdyż może być nim zarówno zagraniczny „Sprzedawca”, jak i firma spedycyjna lub transportowa, za pośrednictwem której zagraniczny Sprzedawca zleca wysyłkę zamawianego produktu. Dane tego podmiotu nie były natomiast wskazywane ani w regulaminie ani w opisie transakcji. Ani regulamin, ani treść aukcji nie wyjaśniają również, na jakich zasadach i na jakiej podstawie „Dystrybutor” miałby obowiązek przyjąć odesłany towar i rozpocząć procedurę zwrotu środków nabywcy w związku z odstąpieniem od umowy.

Było to przy tym sprzeczne z wyjaśnieniami złożonymi przez przedsiębiorcę w toku postępowania przed Prezesem UOKiK, że: *„wszyscy sprzedawcy mają swoje siedziby w państwach, w których nie występuje instytucja odstąpienia od umowy (bez podawania przyczyny, natomiast większość z nich nie zapewnia takiego uprawnienia w ramach swojej oferty (ponieważ prawo obowiązujące w państwach ich siedziby nie obliguje ich do tego, informacja taka nie znajduje się w ofercie.”* Natomiast podawaną informację o prawie odstąpienia od umowy Trade Connect wyjaśniał następująco: *„Działalność Trade Connect, jako profesjonalnego pośrednika, opiera się na założeniu, iż wszelkie negatywne konsekwencje związane z brakiem spójności pomiędzy uregulowaniami krajowymi a zagranicznymi powinny obciążać Trade Connect, nie zaś polskiego konsumenta”*.

W składanych wyjaśnieniach Trade Connect zapewniał również, że *„mając na uwadze oszczędność czasu i środków swoich klientów wszystkie zawroty towaru w ramach odstąpienia od umowy przyjmowane są w Polsce. Po złożeniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy, Kupujący zobowiązany jest dostarczyć zakupiony przedmiot do siedziby Trade Connect, nie zaś do siedziby sprzedawcy, która znajduje się każdorazowo w państwie trzecim.”* Zatem - oprócz braku precyzyjnego określenia w opisie aukcji i regulaminie - zachodzi sprzeczność pomiędzy deklarowanym sposobem działania przedsiębiorcy, a postanowieniami regulaminu, zgodnie z którymi nabywca towaru powinien odesłać go we własnym zakresie przedsiębiorcy zagranicznemu.

[dowód: karta nr 173]

W toku postępowania przedsiębiorca zmienił prezentowane w tym zakresie stanowisko oraz dokonywał zmian regulaminu w zakresie dotyczącym prawa odstąpienia od umowy oraz reklamacji z tytułu niezgodności przedmiotu zamówienia z umową. W szczególności przedsiębiorca zaczął przedstawiać pogląd, że do zawieranych przez niego umów z zagranicznymi sprzedawcami z obszaru spoza Unii Europejskiej (np. Chin, Singapuru lub Hong-Kongu), jako pełnomocnika polskich konsumentów, mają zastosowanie przepisy polskiego prawa konsumenckiego. Przedsiębiorca zaprezentował w tym zakresie wywód oparty na własnej interpretacji stosownych przepisów *ustawy Prawo międzynarodowe prywatne oraz rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego do zobowiązań umownych (tzw. Rzym I)*. Wywód obejmował m.in. założenie, że zagraniczni sprzedawcy, u których Trade Connect dokonuje zakupu - „kierują” (w rozumieniu art. 6 ust. 1 lit. b rozporządzenia Rzym I) swoją działalność do konsumentów z Polski. Jako dowód spełnienia tej przesłanki przedsiębiorca powołał okoliczność, że zagraniczni sprzedawcy umożliwiają wysyłkę zamawianych przez niego produktów m.in. do Polski, oraz - rzekome - umożliwianie korzystania przez tych przedsiębiorców ze stron internetowych w języku polskim. Na podstawie tego Trade Connect zajął stanowisko, że *„do umów sprzedaży zawieranych przez polskich konsumentów z chińskimi przedsiębiorcami stosować należy polskie prawo zobowiązań umownych”*. W oparciu o to przedsiębiorca wprowadził do regulaminu szereg postanowień informujących konsumentów o obowiązkach zagranicznych sprzedawców w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy czy zgłoszenia przez niego niezgodności towaru z umową.

[dowód: karty nr 334-338]

Przedsiębiorca nie przedstawił natomiast dowodów potwierdzających okoliczność, że zagraniczni sprzedawcy rzeczywiście kierują swoją sprzedaż na odbiorców z Polski. Przeczą temu ustalenia dokonane przez organ ochrony konsumentów w toku przeprowadzonego postępowania. W szczególności zagraniczni przedsiębiorcy, od których Trade Connect dokonuje zakupów w zagranicznych serwisach aukcyjnych, nie umożliwiają polskim

konsumentom kontaktu w języku polskim ani zapłaty w polskiej walucie. Nie prowadzą oni także stron internetowych w języku polskim. Jeden z używanych do zakupów przez Trade Connect serwisów aukcyjnych umożliwia np. wybór opcji języka w jakim wyświetla się interfejs strony, spośród kilkudziesięciu języków, w tym polskiego. Jest to jednak tłumaczenie automatyczne, niepełne, często błędne i niezrozumiałe. Przy tym opcja ta dotyczy stron serwisu aukcyjnego, a nie stron internetowych wystawiającego w nim swoje towary sprzedawcy. Formularze serwisu umożliwiają natomiast kontakt bezpośrednio ze sprzedającym w szczegółowych kwestiach dotyczących np. wysyłki i odsyłają do takiego kontaktu. Informacje o uprawnieniach konsumentów wobec zagranicznych sprzedawców Trade Connect wprowadził do skonstruowanego przez siebie regulaminu samowolnie i jednostronnie, bez wiedzy i zgody tych sprzedawców. Nie miały one również oparcia w warunkach aukcji organizowanych przez zagranicznych sprzedawców. Zasady reklamowania nieprawidłowości oraz rozstrzygania sporów związanych z przebiegiem transakcji zawieranych za pośrednictwem zagranicznych serwisów aukcyjnych (np. www.aliexpress.com) uregulowane są w warunkach tych transakcji oraz w regulaminach tych serwisów w sposób odmienny, niż wynikający z przepisów prawa polskiego lub unijnego.

[dowód: karty nr 373-381]

Trade Connect dokonywał przy tym przy tym zakupów różnych towarów u różnych sprzedawców z różnych krajów, wystawiających je w różnych serwisach aukcyjnych, natomiast w sposób jednolity - w ustalonym przez siebie regulaminie - dokonywał oceny i rozstrzygnięcia, że w przypadku wszystkich transakcji spełniona jest przesłanka „kierowania” oferty do konsumentów z Polski oraz że do umowy zawieranej z danym sprzedawcą mają zastosowanie przepisy polskiego prawa konsumenckiego. Przedsiębiorca nie wykazał również, że pośredniczy w transakcjach zawieranych z przedsiębiorcami z państw spoza Unii Europejskiej, które zawarły umowy dwustronne z Unią Europejską lub Polską, z których wynika właściwość polskiego prawa w odniesieniu do umów zawieranych przez przedsiębiorców z tych krajów z konsumentami mającymi miejsce swego zwykłego pobytu na terenie Polski. Zważywszy przy tym, że kupującym na zagranicznych aukcjach jest polski przedsiębiorca - Trade Connect, jako podmiot zawierający transakcje oraz dokonujący zapłaty z firmowego rachunku bankowego - wątpliwym jest także, czy zawierana w ten sposób umowa mogłaby być traktowana jako obrót konsumencki, pomimo, że Trade Connect występuje w roli „pełnomocnika” konsumenta, a jako adres dostawy wskazywany jest adres osoby fizycznej, konsumenta. Adres dostawy nie przesądza o tym, kto jest stroną umowy, a zagraniczny przedsiębiorca nie otrzymywał dokumentu pełnomocnictwa, które udzielane było Trade Connect wyłącznie przez akceptacje regulaminu w języku polskim, umieszczonego na stronie „O mnie” w serwisie allegro.pl i mógł traktować nabywcę jak przedsiębiorcę. Należy przy tym również zauważyć, że nawet gdyby do umowy zawieranej przez zagranicznego przedsiębiorcę z konsumentem mającym swą siedzibą na obszarze Polski miały zastosowanie przepisy polskiego prawa konsumenckiego, wówczas to ten przedsiębiorca kierując swoją ofertę do polskiego konsumenta powinien ją ukształtować zgodnie z wymaganiami prawa polskiego, np. w zakresie prawa do odstąpienia od umowy lub uprawnień przysługujących w przypadku niezgodności przedmiotu sprzedaży z umową. W przypadku, gdy przedsiębiorca ten nie dopełnia ciężących na nim obowiązków w tym zakresie, samorzutny „pośrednik w zakupie” nie jest upoważniony do korygowania oferty zagranicznego sprzedawcy i informowania nabywcy o przysługujących mu względem tego sprzedawcy uprawnieniach, o których sam sprzedawca nie informuje w swojej ofercie. W takiej sytuacji pośrednik co najmniej narażałby obydwie strony umowy w której pośredniczy - konsumenta i zagranicznego sprzedawcę - na spór, co do ich wzajemnych praw i obowiązków wynikających z zawartej w ten sposób umowy.

zaniechanie praktyki

W toku wszczętego postępowania wyjaśniającego a następnie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przedsiębiorca dokonywał kilkakrotne modyfikacji stosowanego przez siebie regulaminu oraz treści aukcji, deklarując każdorazowo, że dokonane zmiany usuwają zarzucane mu naruszenia. W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w piśmie z dnia 27 kwietnia 2014 r. przedsiębiorca zadeklarował, że z tym dniem zaniechał stosowania praktyk, które mogłyby naruszać zbiorowe interesy konsumentów i wszystkie wprowadzone w treści ofert oraz zmienionym regulaminie zmiany uwzględniają zastrzeżenia sformułowane w postanowieniu o wszczęciu postępowania. Zmiany dokonywane na poszczególnych etapach miały jednak charakter niepełny do poszczególnych przejawów zarzucanej przedsiębiorcy praktyki, wymienionych w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

[dowód: karta nr 202]

Wbrew złożonej deklaracji o zaniechaniu zarzucanych praktyk aukcje przedsiębiorcy po tej dacie nadal umieszczane były w kategorii „Telefony komórkowe” zamiast „usługi”, nie zmieniony został również sposób formułowania tytułów aukcji. W opisie aukcji brak było także w dalszym ciągu danych zagranicznego przedsiębiorcy, będącego sprzedawcą produktu.

[dowód: karta nr 276]

Przedsiębiorca wprowadził natomiast w opisie aukcji, w zakładce „Sposób dostawy”, informacje, których brak był przedmiotem zarzutu w zakresie wskazanym w pkt I.3 decyzji, o przykładowej treści:

„Czas dostawy przedmiotu zamówienia wynosi 15-21 dni roboczych, maksymalnie 45 dni roboczych. Koszty podatku VAT (23 %) oraz cła (np. w przypadku telefonów komórkowych wynosi 0 %) spoczywają na Kupującym, jako na importerze przedmiotu zamówienia. Wartość Lenovo A950 u sprzedawcy wynosi 84,99 osiemdziesiąt cztery dolary i dziewięćdziesiąt dziewięć centów). W przeliczeniu na Złote Polskie, zgodnie z kursem Tabela nr 078/A/NBP/2014 z dnia 2014-04-14 daje kwotę 434,85 zł co stanowi podstawę do opłat celno-podatkowych.”

Przedsiębiorca umieścił również informację na stronie z opisem produktu, o przykładowej treści:

„Towar jest wysyłany z Hong Kongu, gdzie ma siedzibę sprzedawca, tj. spoza obszaru Unii Europejskiej. Informujemy o obowiązujących przepisach prawa podatkowego, koszty podatku VAT (23 %) oraz cła (np. w przypadku telefonów komórkowych wynosi 0 %) spoczywają na Kupującym, jako na importerze przedmiotu zamówienia. Instrukcja obliczania opłat celno-podatkowych znajduje się w paragrafie 10 regulaminu znajdującego się na stronie o mnie.”

[dowód: karta nr 252]

Przedsiębiorca następnie zmodyfikował ww. informację zamieszczaną na stronie z opisem produktu, nadając jej brzmienie (przykładowe):

Cło oraz podatek VAT związany z dokonaniem przez nabywcę importem, w żadnym wypadku nie są świadczeniem na rzecz Trade Connect lub Sprzedawcy. Zaznaczyć też należy, że opłaty celne nie są nakładane na wszystkie przesyłki, decyzja o naliczeniu opłat jest w gestii urzędów celnych. Wartość HTC ONE X u sprzedawcy wynosi 175 USD (sto siedemdziesiąt pięć

dolarów amerykańskich). W przeliczeniu na Złote Polskie, zgodnie z kursem Tabela nr 092/A/NBP/2014 z dnia 2014-05-14 daje kwotę 533,40 zł - stanowi to podstawę, od której naliczane są opłaty. Instrukcja obliczania opłat znajduje się w regulaminie § 10”.

[dowód: karta nr 292]

Informacja ta została następnie dalej zmodyfikowana, uzyskując brzmienie (przykładowe):

Cło oraz podatek VAT związany z dokonaniem przez nabywcę importem, w żadnym wypadku nie są świadczeniem na rzecz Trade Connect lub Sprzedawcy. Wartość Lenovo S650 u sprzedawcy wynosi 135,88 USD (sto trzydzieści pięć dolarów i osiemdziesiąt osiem centów amerykańskich). W przeliczeniu na Złote Polskie, zgodnie z kursem Tabela nr 167/A/NBP/2014 z dnia 2014-08-29 daje kwotę 434,34 zł - stanowi to podstawę, od której naliczane są opłaty. Instrukcja obliczania opłat znajduje się w regulaminie § 10”.

[dowód: karta nr 362]

Przy piśmie z dnia 4 czerwca 2014 r. przedsiębiorca przedłożył natomiast pierwszy wydruk aukcji zawierający dane identyfikujące podmiot i siedzibę sprzedawcy produktu, którego zamówienie oferuje Trade Connect, wskazujący na zaniechanie zarzucanej praktyki w zakresie wskazanym w pkt I.2 decyzji. Przykładowa informacja o sprzedawcy, wprowadzona do stosowania przez Trade Connect, brzmi:

- „Sprzedawcą jest Shenzen Pa Chi Na Technology Co. Ltd z siedzibą w B14A, Yonhui Building, Guogi Manson, Shanghou South Road, Futian District, Shenzen, Guangdong, CHINY.”
- „Sprzedawcą jest Shenzen Le Soleil Trading Co. Ltd, z siedzibą w Chińskiej Republice Ludowej”

[dowód: karty nr 329, 362, 368]

Przy piśmie z dnia 30 sierpnia 2014 r. przedsiębiorca przedłożył natomiast wydruki stron aukcji, zmodyfikowanych po raz kolejny w sposób pozwalający na uznanie, że usunięte zostały naruszenia będące przedmiotem zarzutu w zakresie wskazanym w pkt I.1 i I.4 decyzji.

W szczególności przedstawione aukcje zostały już zamieszczone przez przedsiębiorcę we właściwej kategorii - „Usługi”:

Allegro → Firma i usługi → Usługi → Pozostale → Pozostale

Także tytuły tych aukcji zostały sformułowane w sposób odpowiadający przedmiotowi aukcji, np.:

- „USŁUGA ZAMÓWIENIA TOWARU Lenovo S650 ANDROID 4.2”
- „USŁUGA ZAMÓWIENIA TOWARU Lenovo A830 ANDROID”

[dowód: karty nr 350, 359, 364]

Przy piśmie z dnia 30 sierpnia 2014 r. przedsiębiorca przedłożył także treść zmienionego po raz kolejny regulaminu. Ze zmienionego regulaminu przedsiębiorca usunął postanowienia informujące konsumentów o możliwości odstąpienia od umowy zawieranej za jego pośrednictwem z zagranicznym sprzedawcą spoza obszaru Unii Europejskiej oraz o obowiązkach tych sprzedawców w przypadku niezgodności przedmiotu sprzedaży z umową. Postanowienia regulaminu w tym zakresie zostały ograniczone do regulacji mających

zastosowanie do odstąpienia od umowy zawieranej przez klienta z Trade Connect oraz do zasad reklamowania tej usługi.

[dowód: karty nr 350]

Trade Connect osiągnął w 2013 roku przychód, w rozumieniu przepisów o podatku dochodowym, w wysokości [], z czego ponad 90 % stanowi przychód zrealizowany z działalności na allegro.pl.

[dowód: karty nr 216, 337]

Pismem z dnia 29 października 2014 r. strona została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o tym, że może się zapoznać z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy.

Prezes UOKiK zważył, co następuje

Treść art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej *ustawie* jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców - naruszając jej przepisy – stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczyło informacji udzielanych na temat umów zawieranych przez Trade Connect z klientami z nieograniczonego kręgu adresatów, posiadającymi status konsumentów. W ocenie Prezesa UOKiK rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zawarli, mogli zawrzeć lub zawrą z przedsiębiorcą umowę pośrednictwa w zakupie, oferowaną przez Trade Connect. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem w niniejszej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa UOKiK działań przewidzianych w *ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów*. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy w/w *ustawy*, a dotyczące jej postępowanie było prowadzone w interesie publicznym.

Stosownie do treści art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* – „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”. Stwierdzenie przez Prezesa UOKiK stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem stwierdzenia łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- kwestionowane działania są działaniami przedsiębiorcy,
- działania te mają bezprawny charakter,
- działania te naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

strona jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* przez przedsiębiorcę rozumie się m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Stosownie do art. 4 ust. 1 *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* (tj. Dz. U. z 2013 r. poz. 672, z późn. zm.) przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Stroną w niniejszej sprawie jest przedsiębiorca prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą, działający w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, posiadający osobowość prawną, wpisany do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Podmiot ten jest zatem bezspornie przedsiębiorcą w rozumieniu *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

bezprawność działań przedsiębiorcy

Odnosząc się do kolejnej z przesłanek - bezprawności działań przedsiębiorcy - stwierdzić należy, iż bezprawność rozumie się jako sprzeczność zachowania danego podmiotu z przepisami prawa oraz zasadami współzycia społecznego. Chodzi tu mianowicie o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Jako „bezprawne” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. *„Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współzycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia przeto bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.”*¹. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tzn. niezależnym od wystąpienia szkody, czy zaistnienia zamiaru po stronie podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepisy *ustawy o ochronie konkurencji konsumentów* nie definiują pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy, w związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem.

W niniejszej sprawie bezprawność zakwestionowanych działań przedsiębiorcy wynika z ich sprzeczności z przepisami *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. Nr 171, poz. 1206). Zgodnie z tą *ustawą*:

- praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (art. 4 ust. 1),
- 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, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1. (art. 4 ust. 2),

¹ Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz., pr. zb. pod red. J. Szwejki, CH BECK, 2000, s.117 – 118.

- praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 6 ust. 1).

Przy tym wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być również (stosownie do art. 6 ust. 3 pkt 1 ww. ustawy) nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu.

W niniejszej sprawie zakwestionowano działania Trade Connect podejmowane w związku z oferowaniem za pośrednictwem serwisu allegro.pl zawarcia usługi pośrednictwa w zakupie towarów od zagranicznych sprzedawców, polegające na nieprzekazaniu w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji, dotyczących tej umowy. Istota praktyki, której stosowanie zarzucono przedsiębiorcy, sprowadza się do wprowadzania konsumentów w błąd, co do charakteru zawieranej z przedsiębiorcą umowy, poprzez zamaskowanie jej rzeczywistego charakteru i upodobnienie do innej umowy, o innym charakterze, powszechnie zawieranej w tym serwisie - umowy sprzedaży (konsumenckiej, zawieranej na odległość).

Zakup produktu u zagranicznego sprzedawcy, oferowany przez Trade Connect, posiada jedną zaletę - konkurencyjną cenę produktu. Ekspozycja tego rodzaju zalety nie wymaga żadnych zabiegów ze strony sprzedawcy. Klienci wyszukujący ofert interesującego ich produktu w serwisie aukcyjnym typu allegro.pl najczęściej (jest to też ustawienie domyślne) sortują wyniki wyszukiwania według kryterium ceny. Oferty o najniższej cenie znajdują się czołówce wyników wyszukiwania i są analizowane przez konsumentów w pierwszej kolejności.

Zakupy u zagranicznego sprzedawcy mają również szereg negatywnych aspektów, z punktu widzenia kupującego, które jednak nie wpływają na ich pozycję w wynikach wyszukiwania i wymagają odrębnego zwrócenia na nie uwagi oraz przeanalizowania. I tak wiążą się one, choćby potencjalnie, z:

- koniecznością uiszczenia opłat związanych z importem - podatku VAT oraz cła. Stawki i zwolnienia z tych opłat różnią się w zależności od rodzaju produktu, jego wartości, rodzaju przesyłki. Opłaty te nie występują (dodatkowo - są już natomiast uwzględnione w cenie brutto) w przypadku zakupu towarów od krajowego sprzedawcy,
- dłuższym czasem oczekiwania na dostawę - sam czas transportu jest dłuższy, zważywszy choćby na większą odległość (np. z Chin) niż w przypadku dostawy z obszaru Polski. Do tego dochodzi dodatkowa czasochłonność, związana z procedurami celnymi,
- utrudnieniem dochodzenia przez nabywcę roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, lub niewywiązania się przez sprzedawcę z umowy - przeszkodą jest m.in. czas i koszt odesłania towaru, bariera językowa w komunikacji ze sprzedawcą,
- brakiem możliwości skorzystania z instrumentów służących ochronie praw konsumenta wynikających z przepisów unijnych oraz prawa krajowego - w przypadku transakcji, do których nie mają one zastosowania,
- zwiększonym ryzykiem otrzymania towaru niezgodnego z umową - np. używanego, nieoryginalnego, z nielegalnego źródła lub niespełniającego krajowych lub unijnych standardów.

W przypadku zakupu towaru od zagranicznego sprzedawcy spoza obszaru Unii Europejskiej, który kieruje swoje oferty do konsumentów z Polski, dodatkowe koszty i niedogodności związane z tym zakupem mogą przekraczać potencjalne korzyści związane z

niższą ceną samego produktu. Przedsiębiorca oferujący swoje „usługi w pośrednictwie w zakupie”, powinien zadbać, żeby konsument miał w pełni świadomość, na jaki rodzaj transakcji się decyduje. Podejmując decyzję o zawarciu umowy konsument powinien mieć możliwość rozważenia wszystkich za i przeciw. Aby konsument mógł podjąć decyzję o zawarciu umowy oferowanej przez Trade Connect, przedsiębiorca powinien przekazać mu w sposób jasny, jednoznaczny oraz we właściwym czasie, istotne informacje na jej temat. W sentencji niniejszej decyzji sprecyzowano cztery rodzaje informacji, co do których naruszenia tych obowiązków dopuścił się przedsiębiorca. Naruszenie to Prezes UOKiK ocenia łącznie, traktując je jako wzajemnie uzupełniające się przejawy tej samej praktyki.

Informacje, wskazane w pkt I.1-I.4 sentencji niniejszej decyzji w ocenie Prezesa UOKiK są istotne i potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji o zawarciu umowy.

informacje, o których mowa w pkt I.1.

Informacja o tym, co jest samym przedmiotem aukcji i zawieranej w jej wyniku umowy - umowa pośrednictwa, czy umowa sprzedaży - jest informacją oczywiście istotną. Przedsiębiorca nie przekazał jej wyraźnie we właściwym do tego miejscu - w opisie aukcji. Informacja o tym, że przedmiotem oferty jest zawarcie nietypowej - jak sam przedsiębiorca przyznaje - umowy, powinna być szczególnie wyeksponowana, żeby dać impuls klientowi do wnikliwego zapoznania się z wszystkimi warunkami zawieranej umowy. Informacja o istocie zawieranej umowy powinna być umieszczona jasno i jednoznacznie na stronie z opisem aukcji, a nie na stronie „O mnie”, która służy raczej do prezentacji informacji o organizatorze aukcji oraz informacji dodatkowych.

Informacja o charakterze umowy, że jej przedmiotem jest „usługa pośrednictwa w zakupie” nie jest również wypowiedziana wprost w regulaminie, ani też nie wynika z niego w sposób jasny i jednoznaczny. W szczególności stosowane w nim postanowienia wprowadzają odbiorcę w błąd co do roli poszczególnych podmiotów w przebiegu transakcji - np. sprzedawca jest określany mianem „Dystrybutora” a w odniesieniu do Trade Connect mają zastosowanie niektóre postanowienia odnoszące się do „Sprzedawcy”.

Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy uznaje się w między innymi istotne cechy produktu - w tym przypadku umowy.

informacje, o których mowa w pkt I.2.

Trade Connect oferując swoim klientom pośrednictwo w zawarciu umowy ze sprzedawcą danego produktu nie podawał im informacji identyfikujących tego kontrahenta. W niniejszej sprawie Trade Connect podawał wprawdzie wymagane informacje dotyczące jego samego, nie podawał natomiast danych przedsiębiorcy, z którymi klienci Trade Connect mieli zawrzeć umowę.

Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy uznaje się w między innymi imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) przedsiębiorcy oraz przedsiębiorcy, na którego rzecz działa.

W świetle powyższych przepisów informacje o osobie przedsiębiorcy, z którym konsument zawiera umowę, są dla konsumenta istotnymi i powinien on otrzymywać je bez względu na to, czy zawiera umowę z tym przedsiębiorcą bezpośrednio, czy przez pełnomocnika.

informacje, o których mowa w pkt I.3

Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 3 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy uznaje się między innymi cenę uwzględniającą podatki lub, w przypadku gdy charakter produktu nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny, sposób, w jaki cena jest obliczana, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, dostawę lub usługi pocztowe lub, w sytuacji gdy wcześniejsze obliczenie tych opłat nie jest w sposób racjonalny możliwe, informację o możliwości powstania takich dodatkowych kosztów. Stosownie do art. 5 ust. 3 pkt 5 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć „ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej”.

W niniejszej sprawie Trade Connect nie informował konsumentów o wysokości ceł i podatków związanych z importem produktu zamawianego za jego pośrednictwem. W opisie aukcji nie było żadnej informacji na ten temat, a wzmianka o możliwości wystąpienia obowiązku uiszczenia ceł lub podatków, zamieszczona w regulaminie aukcji, nie wyczerpuje obowiązków informacyjnych ciążyących na przedsiębiorcy w tym zakresie. Wszystkie dodatkowe opłaty ponoszone przez konsumenta - bez względu na czyją rzecz - w związku z umową zawieraną z Trade Connect, powinny być umieszczone na stronie z opisem aukcji. W przeciwnym przypadku klient mógłby błędnie uznać, że z dany zakupem nie wiąże się obowiązek uiszczenia cła lub podatku VAT w związku z importem towaru, lub błędnie oszacować jego wysokość.

Kwestie opłat i podatków związanych z importem towaru spoza obszaru Unii Europejskiej są dość skomplikowane, a ich naliczenie wiąże się z pewną niepewnością. Przesyłki pocztowe otrzymywane z państw trzecich (np. z Chin) są traktowane jak każde inne towary importowane. Zatem przesyłanie towarów do Polski spoza terytorium UE wiąże się – co do zasady – z koniecznością uiszczenia przywozowych należności celnych i podatkowych, niezależnie od tego, czy rzeczy te:

- zostały zakupione, czy też otrzymane bezpłatnie;
- są nowe, czy używane;
- są przeznaczone na prywatny użytek, czy ostatecznie sprzedawane.

Zgodnie jednak z postanowieniami art. 23 *rozporządzenia Rady (EWG) nr 1186/2009 z dnia 16 listopada 2009 r. ustanawiające wspólnotowy system zwolnień celnych (Dz.Urz.UE. L 324, z 10.12.2009, str. 23, z późn. zm.)* zwolnione od cła są przesyłki wysyłane bezpośrednio z państwa trzeciego do odbiorcy znajdującego się na terytorium UE, zawierające towary o niewielkiej wartości, tj. towary których rzeczywista wartość nie przekracza 150 euro na przesyłkę.

Stosownie do art. 5 ust. 1 pkt 3 *ustawy o podatku od towarów i usług* opodatkowaniu tym podatkiem (VAT) podlega m.in. import towarów na terytorium kraju. Art. 51 i 52 tej ustawy określają warunki zwolnienia z podatku VAT importu towarów umieszczonych w przesyłkach wysyłanych z terytorium państwa trzeciego do odbiorcy przebywającego na terytorium kraju. Zwolnienie z podatku VAT zależy od łącznej wartości towarów w przesyłce (w różnych przypadkach odpowiednio o równowartości do: 22 oraz 45 euro), od tego czy towary są importowane w drodze zamówienia wysyłkowego, czy są wysłane przez osobę

fizyczną, czy ich ilość i rodzaj wskazują na przeznaczenie handlowe, czy odbiorca nie jest zobowiązany do uiszczenia opłat na rzecz nadawcy w związku z otrzymaniem przesyłki, czy mają one charakter okazjonalny.

W przypadku, gdy towary są importowane w przesyłkach przez osoby fizyczne (nie prowadzące działalności gospodarczej), to towary takie są zgłaszane przez operatora pocztowego do właściwego organu celnego, który następnie dokonuje ich odprawy celnej. Odprawa celna przesyłek, co do których istnieje obowiązek wymiaru i poboru należności celnych przywozowych odbywa się odpowiednio²:

- jeśli przesyłki są zgłaszane przez operatora wyznaczonego (obowiązanego do świadczenia usług powszechnych), to funkcjonariusz celny sam wystawia dokument „Dokument potwierdzający dokonanie zgłoszenia celnego – obrót pocztowy (przywóz)” (DPDZ) i przekazuje go, wraz z przesyłką, operatorowi w celu doręczenia odbiorcy;
- w przypadku przesyłek zgłaszanych przez innych operatorów pocztowych odprawa celna dokonywana jest przez organ celny na dokumencie SAD przywozowym, który w imieniu odbiorcy przesyłki może zostać złożony przez operatora. Operator pocztowy, przed wydaniem przesyłki do rąk odbiorcy, jest zobowiązany do pobrania od niego należności wykazanych w odpowiednim dokumencie celnym (DPDZ lub SAD).

W praktyce zatem decyzja o naliczeniu opłat i podatków związanych z dostawą danej przesyłki zależy w dużej mierze od czynności i decyzji podejmowanych przez służbę celną i konieczność ich uiszczenia jest obarczona znaczną niepewnością. Okoliczność, że w odniesieniu do części - nawet znacznej - przesyłek opłaty te nie są naliczane, nie usprawiedliwia w żadnym stopniu działania przedsiębiorcy. W skutek praktyki stosowanej przez Trade Connect, konsumenci dokonujący zakupu za pośrednictwem przedsiębiorcy nieświadomie uczestniczyli w pewnego rodzaju „hazardzie”, związanym z poniesieniem - lub nie - dodatkowych opłat związanych z zakupem. W przypadku części zaistniała konieczność uiszczenia niespodziewanych opłat, o nieznannej z góry wysokości.

informacje, o których mowa w pkt I.4.

Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 5 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* za istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy uznaje się między innymi informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy.

Upodobniając swoją ofertę do typowej oferty sprzedaży konsumenckiej na odległość, Trade Connect wprowadził do regulaminu postanowienia imitujące uprawnienia, przysługujące kupującym na gruncie przepisów prawa krajowego. Uprawnienia te zostały jednak sformułowane w sposób niejednoznaczny lub wprowadzający w błąd. Z jednej strony postanowienia regulaminu sprawiały wrażenie, że klient posiada uprawnienie do odstąpienia od umowy zakupu towaru, przewidzianej przepisami prawa krajowego, z drugiej strony natomiast, jako podmiot zobowiązany do ich wykonania wskazuje zagranicznego sprzedawcę, w sytuacji, w której zakup nie podlega regulacjom prawa krajowego. Zapewnienia Trade Connect, że odstąpienie od umowy jest realizowane za jego pośrednictwem, nie miały natomiast umocowania w regulaminie. Mogło to stwarzać przedsiębiorcy możliwość informowania konsumentów o korzystniejszym dla niego trybie postępowania, w przypadku

² „Najczęstsze pytania i odpowiedzi (podróżni – osoby fizyczne)”, Centrum Informacji Służby Celnej, sierpień 2014. http://www.katowice.ic.gov.pl/uploads/pdf/iciw/odp_of_2014-08-01.pdf

zamiaru odstąpienia od umowy, sprowadzającego się do bezpośredniego odesłania przez konsumenta zamówionego towaru do zagranicznego przedsiębiorcy.

Reasumując, informacje wskazane w pkt I.1.-1.4 niniejszej decyzji miały dla konsumentów istotny charakter, a ich nieprzekazanie przez przedsiębiorcę w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie miało charakter bezprawny.

W świetle powyższego organ ochrony konsumentów uznał, że niniejszej sprawie przedsiębiorca dopuścił się zaniechania wprowadzającego w błąd, poprzez nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny i we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu, wymienionych w pkt I.1-I.4 sentencji niniejszej decyzji. Naruszenie to mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 i 2 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca, lub może zniekształcić, zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy (etap przedkontraktowy) dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu, przy czym za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd.

Sprzecznosc z dobrymi obyczajami oznacza na gruncie *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* zakaz takiego zachowania przedsiębiorcy, które mogłoby prowadzić do zakłócenia funkcjonowania konkurencji poprzez brak rzetelnego współzawodnictwa jakością, ceną i innymi pożądanymi z punktu widzenia konsumentów cechami oferowanych towarów. Chodzi tu przede wszystkim o staranność i uczciwość zawodową oraz dobrą wiarę. W stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami uznawane są działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.³

Drugą z przesłanek, które powinny zostać spełnione łącznie, aby praktyka przedsiębiorcy została zakwalifikowana jako nieuczciwa jest wystąpienie, lub możliwość wystąpienia, istotnego zakłócenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta w odniesieniu do towarów i usług.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, za przeciętnego konsumenta uznaje się takiego konsumenta który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać 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 ze względu na szczególne cechy, takie jak m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy

³ tak: wyrok Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006r. (sygn. akt XVII Ama 118/04), wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dn. 8 października 2008 r. (sygn. akt VI ACa 772/08).

uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument, mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości, ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć.

Grupę nabywców „usługi pośrednictwa w zakupie” oferowanej przez Trade Connect należy przy tym uznać za tożsamą z grupą osób poszukujących „zwykłych” ofert sprzedaży poprzez internet tych samych produktów, zważywszy, że charakter stwierdzonej praktyki polegał właśnie na maskowaniu w ofertach przedsiębiorcy istotnych różnic pomiędzy tego rodzaju transakcjami i upodobnianiu ich do siebie. W niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznać należy zatem grupę wszystkich potencjalnych klientów przedsiębiorcy, którym nieobce są techniki porozumiewania się na odległość. Do tej grupy zaliczają się w większości ludzie młodzi (co do zasady powyżej 18 roku życia), potrafiący korzystać z nowych technik pozyskiwania informacji z wykorzystaniem np. internetu, umiejący informacje te nie tylko pozyskać, ale do pewnego stopnia krytycznie je ocenić. Charakterystyczną cechą wspólną członków, pochodzących z różnych środowisk, ale tworzących tak wyodrębnioną zbiorowość jest ich przeciętność, którą należy rozumieć w ten sposób, że z jednej strony można wymagać od takich konsumentów pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie jest to wiedza kompletna i profesjonalna, a konsumenci, mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości, mają prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Nie można od tej grupy ludzi wymagać znajomości szczegółowych przepisów i procedur podatkowych oraz celnych, a także specyfiki zawierania i wykonywania umów transgranicznych z przedsiębiorcami spoza obszaru kraju oraz Unii Europejskiej, czy zrozumienia szeregu zawiłych niuansów prawnych, na których przedsiębiorca oparł nietypową konstrukcję oferowanej przez siebie usługi.

Treść komentarzy wystawianych przedsiębiorcy w serwisie allegro.pl potwierdza podejrzenie, że część konsumentów, która zawarła umowy za pośrednictwem Trade Connect nie posiadała świadomości, że realizacja tego rodzaju zamówienia będzie się wiązała z koniecznością uiszczenia przez nich dodatkowej - niemałej (z reguły w wysokości 23 %) opłaty. Większość negatywnych komentarzy została unieważniona za porozumieniem stron transakcji lub opatrzona sprostowaniami przedsiębiorcy, co nie ma znaczenia w niniejszej sprawie. Przedsiębiorca miał możliwość dojścia do porozumienia z klientami, co do unieważnienia negatywnych komentarzy za obopólną korzyścią, lub też przekonać niektórych z nich co do niezasadności wyrażonych pretensji, argumentując, że wszystkie informacje zostały w jakiś sposób zawarte w opisie aukcji lub regulaminie. Potencjalne zaistnienie sytuacji, które są przedmiotem pretensji konsumentów wyrażonych w komentarzach do transakcji można przewidzieć na podstawie samego tylko opisu praktyki stosowanej przez przedsiębiorcę. Przytoczone komentarze zdradzają zaskoczenie części konsumentów okolicznościami transakcji, których najwyraźniej nie byli świadomi na etapie zawierania umowy z Trade Connect, co do charakteru umowy i roli („pośrednika”) odgrywanej przez przedsiębiorcę w transakcji, konieczności uiszczenia dodatkowych opłat, formalności związanymi z odprawą celną przesyłki, niejasnościami związanymi z reklamowaniem towaru (pisownia oryginalna):

- *„Sprzedający "zapomniał poinformować" że przedmioty sprowadza z Azji i podlegają one oczeniu rzecz jasna na koszt kupującego. W regulaminie podane jest wyraźnie, że całkowity koszt realizacji zamówienia podany jest na stronie, tylko której?”*

[22 lutego 2014, transakcja nr 3598024098]

- *„Na przesyłkę czekałem 70 dni roboczych! (...) Za telefon musiałem dopłacić 18 zł cła i 130 zł podatku. (...)”*

[11 grudnia 2013, transakcja nr 3486918854]

- „(...) Zakupiony towar utknał w urzędzie celnym o czym nie było mowy podczas zakupu (...)”
[28 listopada 2013, transakcja nr 3574340703]
- „(...) Zamiast zapłaconego towaru ,dostałem po 3 tygodniach list z Urzędu Celnego w Zabrze ,że jest do odebrania w ciągu 20 dni przesyłka z zagranicy od nieznanego nadawcy. (...)”
[28 listopada 2013, transakcja nr 3653487900]
- „Oferta zawiera cenę netto - należy doliczyć 23% VAT - ale o tym nigdzie ani słowa. nie wystawiają faktury sprzedaży - podobno zakup także u kogoś innego (...)”
[11 listopada 2013, transakcja nr 3564236163]
- „(...) Do towaru za 320 zł urząd celny doliczył mi 80 zł watu. W aukcji jest wszystko tak napisane aby klient się zorientował ale po fakcie (...)”
[7 listopada 2013, transakcja nr 354366736]
- „Sprzedający łamie chyba regulamin bo sprzedaje rzeczy których nie jest właścicielem a jedynie pośredniczy w ich sprowadzaniu z Chin ... (...)”
[29 października 2013, transakcja nr 3519195698]
- „(...) Firma to pośrednik importuje wszystko z Chin i dlatego też trzeba tyle czekać. Ogólnie nieporozumienie (...)”
[31 października 2013, transakcja nr 355590111]
- „(...) Firma jest importerem. Sprzedający wprowadza w błąd.”
[1 października 2013, transakcja nr 3455581892]
- „Długi czas oczekiwania (5 tygodni), VAT (cło) ponad 160 zł, biurokracja i załatwianie z tym związane (...)”
[19 września 2013, transakcja nr 3468337818]
- „Sprzedający sprzedaje produkt którego nie ma na stanie u siebie, produkt wysyłany z Chin idzie bardzo długo. Sprzedający nie informuje w opisie aukcji że cena końcowa znacznie zmieni się z powodu zapłaty przez kupującego cła oraz VAT”
[18 września 2013, transakcja nr 3438223358]
- „Brak na karcie przedmiotu informacji o konieczności zapłacenia cła za telefon. Zamiast przesyłki dostałem wezwanie z urzędu celnego. Po wysłaniu dokumentów celnych i zapłaceniu cła (ponad 100 zł) i kolejnych 2 tygodniach oczekiwania, dostałem telefon”
[15 września 2013, transakcja nr 3434148574]
- „(...) przesyłka oczywiście szła długo, a jak dotarła to musiałam zapłacić opłatę celną i podatek w sumie +80zł, za rzecz nie wartą 50zł w sumie zapłaciłam ponad 400.(...)”
[11 września 2013, transakcja nr 3411555227]
- „długi czas realizacji zamówienia. paczka szła przeszło 4 tygodnie a co lepsze do kosztu telefonu trzeba było dopłacić różnicę watu 23%.fakt że nowa o tym w punkcie 22 regulaminu ale koszty powinny być takie jak na zamówieniu.(...) to pośrednik”
[9 września 2013, transakcja nr 3442717260]
- „zakupiłam mini laptop na początku lipca. Nie otrzymałam go - tylko informację że mam sama !!!! przeprowadzić procedurę oclenia na mój koszt. (...)”
[2 września 2013, transakcja nr 3343827761]
- „,dodatkowe opłaty Wat i Cło razem 79 zł.”
[13 sierpnia 2013, transakcja nr 3394293638]

- „(...) sprzedający unika odpowiedzialności za towar, twierdząc, że można sobie samemu wysłać reklamację do Chin (...)”

[21 marca 2013, transakcja nr 2995217113]

Natomiast niektóre z odpowiedzi Trade Connect, wystawianych w reakcji na negatywne komentarze wskazują, że przedsiębiorca w kontaktach z klientami przerzucał odpowiedzialność na konsumentów za ich błędne przeświadczenie, co do właściwości świadczenia realizowanego na ich rzecz, powołując się m.in. na ich „brak znajomości prawa” oraz niedostateczną znajomość jego oferty czy niezrozumienie zawartej pomiędzy stronami umowy:

- „Informacja o wysyłce i procedurze celnej znajduje się w regulaminie oferty na stronie "o mnie". Poinformowaliśmy też o tym kupującego drogą mailową”

[odpowiedź z dnia 22 lutego 2014 do komentarza do transakcji nr 3598024098]

- „Brak znajomości prawa oraz zawartej między nami umowy. Komentarz niezgodny z prawdą i niesprawiedliwy.”

[odpowiedź z dnia 11 listopada 2013 do komentarza do transakcji nr 3564236163]

- „Kupujący nie podjął jakiejkolwiek próby kontaktu z nami. Uprzejmie prosimy o zapoznanie się z ofertą, ponieważ udział w niej wiąże się z zawarciem umowy cywilno-prawnej, wiążącej obie strony transakcji. Komentarz niesprawiedliwy.”

[odpowiedź z dnia 20 września 2013 do komentarza do transakcji nr 3468337818]

- „Uprzejmie prosimy o zapoznanie się z ofertą, ponieważ udział w niej wiąże się z zawarciem umowy cywilno-prawnej, wiążącej obie strony transakcji.”

[odpowiedź z dnia 18 września 2013 do komentarza do transakcji nr 3438223358]

- „Prosimy o zapoznanie się z warunkami transakcji. Cło dla telefonów wynosi 0%. Komentarz niesprawiedliwy.”

[odpowiedź z dnia 15 września 2013 do komentarza do transakcji nr 3434148574]

- „Brak jakichkolwiek zdjęć uszkodzeń mimo naszych próśb ! Przesyłka otrzymana na długo przed wyznaczonym terminem. Informacje o reklamacji przecież znajdują się na stronie o mnie, prosimy o zapoznanie się z ofertą !”

[odpowiedź z dnia 21 marca 2013 do komentarza do transakcji nr 2995217113]

[dowód: karty nr 193-197]

naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Odnosząc się do przesłanki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, stwierdzić należy, iż *ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów* nie definiuje pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając jedynie w treści art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle powołanego na początku uzasadnienia prawnego niniejszej decyzji art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta przedsiębiorcy – czyli również konsumentów. Stanowisko to potwierdzone zostało w orzecznictwie Sądu Najwyższego (wyrok z dnia 12 września 2003 r. sygn. akt I CKN 504/01), który stwierdził, iż nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych

konsumentów. Oceniane w niniejszej decyzji działania przedsiębiorcy odnoszą się do wszystkich jego aktualnych i przyszłych (potencjalnych) klientów, a zatem dotyczą zbiorowych interesów konsumentów.

Powyższe stanowisko znajduje również odzwierciedlenie w orzecznictwie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w którym przyjmuje się, iż, *jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów* (wyrok z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08).

W rozważanym przypadku przedsiębiorca kieruje swoją ofertę do nieograniczonego kręgu osób. Zwieranie umów za pośrednictwem serwisu allegro.pl nie jest obostrzone żadnymi ograniczeniami po stronie kupujących, nie wymaga nawet rejestracji konta użytkownika. Umowy zawierane za pośrednictwem tego rodzaju serwisów są powszechnie zawierane przez konsumentów. Dlatego też uznano, iż adresatami oferty są wszyscy potencjalni konsumenci poszukujący za pośrednictwem internetu oferty sprzedaży interesującego ich produktu. Trade Connect zawiera swoje umowy w oparciu o ustaloną przez siebie z góry treść aukcji oraz warunków regulaminu, do którego aukcja odsyła. Działania przedsiębiorcy nie są więc skierowane do zindywidualizowanych konsumentów, lecz do każdego potencjalnego konsumenta.

Tak więc w rozpatrywanym stanie faktycznym działanie Trade Connect nie dotyczyło tylko interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny, lecz wpływało niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że wszystkie przesłanki z art. 24 ust 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* zostały spełnione, co oznacza, iż przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

zaniechanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z dyspozycją zawartą w art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Zmiany dokonane przez przedsiębiorcę w toku postępowania w opisach aukcji, ich tytułach, lokalizacji w serwisie allegro.pl oraz w regulaminie prowadzą do usunięcia naruszeń w zakresie sprecyzowanym w sentencji niniejszej decyzji. W szczególności zawierają one wyrażoną wprost informację, że przedmiotem aukcji jest usługa pośrednictwa, podają dane - nazwę i siedzibę - rzeczywistego, zagranicznego sprzedawcy, oraz zawierają dane na temat ceł i podatków wiążących się dodatkowo z zakupem prezentowanego na aukcji przedmiotu. Usunięte zostały również niejasne i wprowadzające w błąd informacje dotyczące odstąpienia od umowy zawartej z zagranicznym sprzedawcą.

Wobec powyższego orzeczono jak w pkt I. niniejszej decyzji.

kara pieniężna z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, Prezes UOKiK może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który choćby nieumyślnie

dopuszczył się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

W niniejszej sprawie stwierdzono, że przedsiębiorca naruszył zakaz, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. Zakaz ten ma charakter bezwzględny, zatem nie istnieją przesłanki natury prawnej, które umożliwiłyby zalegalizowanie tych praktyk. Z powołanego przepisu wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do danego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes UOKiK. Przepisy *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 *ustawy* te okoliczności, które Prezes UOKiK winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów *ustawy*, a także uprzednie naruszenie jej przepisów. Kara pieniężna może zostać nałożona na przedsiębiorcę niezależnie od tego, czy dopuścił się naruszenia przepisów *ustawy* umyślnie, czy też nieumyślnie.

Zdaniem Prezesa UOKiK w rozpatrywanej sprawie stan faktyczny i prawny, uzasadnia nałożenie na Trade Connect kary pieniężnej. Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. Zakwestionowane niniejszą decyzją działania przedsiębiorcy były przemyślane i celowe, nakierowane na pozyskanie jak największej liczby klientów i uzyskanie jak największego poziomu sprzedaży. Przedsiębiorca w toku swej działalności naruszał obowiązki informacyjne określone w powszechnie obowiązujących przepisach, których znajomość powinien posiadać, jako profesjonalista w obrocie gospodarczym. Przedsiębiorca otrzymywał również informację zwrotną od części konsumentów na temat tego, że informacje na temat oferowanej przez niego usługi i skutków zawieranej z nim umowy nie są im przekazywane w sposób dostatecznie jasny. Pomimo to nie zdecydował się skorygować swojego działania w tym zakresie, choć mógł to łatwo i szybko uczynić, poprzez umieszczenie w widocznym miejscu na stronach organizowanych przez siebie aukcji wyraźnej informacji, mówiącej wprost o tym, co jest ich przedmiotem, a także poprzez podanie w opisie aukcji pozostałych istotnych dla konsumentów informacji. W postępowaniu przed organem ochrony konsumentów przedsiębiorca z dużym naciskiem podkreślał różnice pomiędzy oferowaną przez niego umową i wynikającymi z niej konsekwencjami, a umowami innego rodzaju. Natomiast w relacjach z konsumentami przedsiębiorca nie podkreślał tych różnic, wręcz przeciwnie, starając się zachować pozory formalnego przekazania wszystkich niezbędnych informacji, dokonywał tego w sposób niejasny i zawaolowany. W ocenie Prezesa UOKiK właściwe przekazanie konsumentom istotnych informacji na temat umowy oferowanej im przez Trade Connect mogłoby spowodować, że część z nich nie zdecydowałaby się na jej zawarcie. Przedsiębiorca natomiast mając tego świadomość kontynuował stosowanie zakwestionowanej praktyki w celu maksymalizowania ilości zawieranych transakcji, a przez to wielkości realizowanej sprzedaży i zysku.

Ustalając wysokość kary Prezes UOKiK dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonego naruszenia przepisów *ustawy*. W dalszej kolejności Prezes Urzędu rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące, oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary. Następnie Prezes UOKiK rozważył, czy ustalona w ten sposób kara spełni swój cel i czy nie jest zasadnym nadzwyczajne podwyższenie jej wysokości lub nałożenie kary w szczególnie niskiej wysokości.

W roku 2013 Spółka osiągnęła przychód w rozumieniu przepisów o podatku

dochodowym, w wysokości [], który będzie podstawą do obliczenia kary. Maksymalny wymiar kary, jaką można nałożyć na Spółkę, wynosi zatem [] zł, to jest 10 % przychodu osiągniętego w roku 2013.

W niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie praktyki, polegającej na nieprzekazywaniu w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji odnośnie zawieranej umowy, co mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Praktyka stosowana była na etapie przedkontraktowym zawierania umowy w wyniku jednostronnego działania przedsiębiorcy. Działanie to miało szkodliwy dla konsumentów charakter i narażało ich na niespodziewane koszty i/lub uciążliwości związane z dokonywanym zakupem towaru.

Ustalając wymiar kary za naruszenie opisane powyżej dokonano oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalono kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń w zakresie wysokości kary. Prezes UOKiK, mając na uwadze szkodliwość opisanej niniejszą decyzją praktyki oraz uwzględniając długotrwałość jej stosowania - przez okres dłuższy niż jeden rok - uznał, iż w niniejszej sprawie natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie [] % przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 roku, to jest w wysokości 1 078,76 zł.

Przy określaniu wymiaru kary Prezes UOKiK uwzględnił jako okoliczność obciążającą umyślność działań przedsiębiorcy, a także znaczny zasięg naruszenia, na który wskazuje znaczna skala działalności przedsiębiorcy, mierzona liczbą zawartych transakcji w serwisie allegro.pl, oraz fakt, że stroną tych transakcji mogła być praktycznie każda osoba dokonująca zakupów przez internet. Na skutki stosowania stwierdzonej praktyki mogła być zatem narażona znaczna liczba konsumentów. W ocenie Prezesa UOKiK stosowanie tej praktyki wiązało się również z osiągnięciem przez przedsiębiorcę znacznych korzyści, dzięki możliwości zaprezentowania swojej oferty jako konkurencyjniejszej cenowo w porównaniu z ofertami sprzedaży, wystawianymi przez sprzedawców krajowych. Działalność według modelu stosowanego przez przedsiębiorcę nie wymaga przy tym znacznego zaangażowania kapitałowego ani zaplecza logistycznego, w porównaniu z konkurencyjnym wobec niej importem i sprzedażą towarów, dokonywanymi przez przedsiębiorców we własnym imieniu i na własny rachunek. Z rachunku zysków i strat przedsiębiorcy wynika, że w roku 2013 osiągnął on zysk na sprzedaży w wysokości [] zł, a zysk netto w wysokości [] zł, co wskazuje na znaczną rentowność tej działalności. Jako okoliczność łagodzącą uwzględniono natomiast zaniechanie stosowania praktyki w toku niniejszego postępowania.

Z tytułu okoliczności obciążających podwyższono wyjściowy wymiar kary o 90 %, natomiast uwzględniając okoliczność łagodzącą dokonano jego obniżenia o 10 %. Uwzględniając łącznie okoliczności obciążające i łagodzące zwiększono wyjściowy wymiar kary o 80 %, to jest do poziomu 1 941,77 zł.

Oceniając wysokość tak skalkulowanej kary pieniężnej Prezes UOKiK uznał, że kara w tej wysokości nie spełnia swoich celów, to jest nie zapewni trwałego zaniechania przez przedsiębiorcę naruszeń interesów konsumentów w przyszłości (prewencja), jak i nie będzie stanowiła odpowiednio dolegliwej represji. W niniejszej sprawie zarówno szkodliwość działań przedsiębiorcy, jak i wysokość uzyskanych przez niego korzyści, wymaga ustalenia poziomu kary na wyższym poziomie, niż stosowany zwykle przez organ ochrony konsumentów w przypadku naruszeń na etapie przedkontraktowym, których istotą jest złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu. Biorąc powyższe pod uwagę Prezes UOKiK uznał za zasadne zastosować nadzwyczajne

podwyższenie kary z tytułu stwierdzonego naruszenia i podwyższył kwotę kary skalkulowanej na poprzednim etapie o 400 %.

W związku z powyższym ustalono wysokość kary na kwotę 9 709,00 złotych, co stanowi []% osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2013 r. przychodu oraz []% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. Jest ona adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. *ustawy* i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy. Prezes UOKiK uznał, że orzeczona kara powinna pełnić funkcję dyscyplinującą i prewencyjną tak, aby zapobiec w przyszłości stosowaniu podobnych naruszeń. Niniejsza kara powinna pełnić również funkcję edukacyjną i wychowawczą, a także podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań przedsiębiorcy.

Przyjmując, że kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i powinna być odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes UOKiK orzekł jak w pkt II. sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, karę pieniężną należy uiścić, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000

koszty postępowania

Zgodnie z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast, stosownie do art. 77 ust. 1 tej *ustawy*, jeżeli w wyniku postępowania stwierdzono naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 263 § 1 *kodeksu postępowania administracyjnego*, do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Natomiast, zgodnie z art. 264 § 1 *kodeksu postępowania administracyjnego*, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Postępowanie zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną ze stroną przez Prezesa UOKiK w toku tego postępowania.

Mając powyższe na uwadze, Prezes UOKiK orzekł, jak w pkt III. decyzji.

Koszty postępowania, określone w punkcie III. decyzji, należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na wskazane powyżej konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 *ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego* (t.j. Dz.U. z 2014 r., poz. 101, z późn. zm.) - od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, wnoszone za pośrednictwem Prezesa

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków.

W przypadku zakwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, zawartego w punkcie III. niniejszej decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w związku z 479³² § 1 i 2 *kodeksu postępowania cywilnego* oraz art. 264 § 2 *kodeksu postępowania administracyjnego* stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

otrzymują:

1. Trade Connect sp. z o.o.
ul. Karczówkowska nr 5A, lok. 45
25-019 Kielce
2. RKR a/a