

# WYROK

## W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 24 maja 2023 r.

**Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów**  
w składzie:

Przewodniczący –	Sędzia SO Małgorzata Wilińska
Protokolant –	Starszy sekretarz sądowy Wioleta Banaszek

po rozpoznaniu w dniu 26 kwietnia 2023 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z odwołania (...) z siedzibą w W.

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 09 maja 2022 r. nr (...)

1. uchyla zaskarżoną decyzję w pkt I.2. i IV.2.,

2. zmienia zaskarżoną decyzję:

- w pkt II w ten sposób, że nadaje mu brzmienie:

„Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 oraz na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na (...) z siedzibą w W. obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez złożenie w serwisie (...) jednokrotnego oświadczenia o następującej treści:

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) z siedzibą w W. informuje, że stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe stanowiące praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Szczegóły tutaj (dalej jako: „oświadczenie nr 1”)

odsyłającego do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej jako: „oświadczenie nr 2”):

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) z siedzibą w W. informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2

ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr (...) z dnia 9 maja 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hiperłącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].

Oświadczenia nr 1 i 2 (...) z siedzibą w W. (dalej także jako: „Przedsiębiorca”) złoży w terminie 2 miesięcy – od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, w serwisie Przedsiębiorcy dostępnym z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona ta jest dostępna pod adresem (...))

Oświadczenie nr 2 (...) z siedzibą w W. złoży w terminie 2 miesięcy – od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, w postaci wiadomości skierowanych do konsumentów w serwisie Przedsiębiorcy dostępnym z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona ta jest dostępna pod adresem (...)) oraz aplikacji mobilnej (na dzień wydania decyzji aplikacja ta jest dostępna pod nazwą (...)).

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w taki sposób, że:

a) oświadczenia nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane przez okres co najmniej 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji,

b) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej serwisu Przedsiębiorcy dostępnego z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona główna serwisu jest dostępna pod adresem (...)) bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

c) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie serwisu Przedsiębiorcy dostępnego z poziomu strony internetowej, do której odsyłać będzie oświadczenie nr 1, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

d) tekst oświadczeń, o których mowa w pkt b) i c), będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) z zachowaniem pogrubienia tekstu (bold) we wskazanych miejscach,

e) dodatkowo oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone w treści wiadomości kierowanych do konsumentów będących na dzień przekazania ww. wiadomości użytkownikami serwisu Przedsiębiorcy,

f) wielkość czcionki użyta w oświadczeniach powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Przedsiębiorcy [w zakresie pkt b) i c) powyżej] oraz w wiadomościach kierowanych do użytkowników serwisu [w zakresie pkt e) powyżej],

g) w przypadku zmiany adresu internetowego, pod jakim dostępny jest serwis Przedsiębiorcy, oświadczenia, o których mowa w pkt b) i c) oraz wiadomości, o których mowa w pkt e), zostaną zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres (...)

h) w przypadku zmiany nazwy aplikacji, za pośrednictwem której dostępny jest serwis Przedsiębiorcy, wiadomości, o których mowa w pkt e), zostaną wysłane za pomocą każdej innej aplikacji zastępującej aplikację o nazwie (...),

i) w przypadku zmiany nazwy (...) z siedzibą w W., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej”,

- w pkt III w ten sposób, że nadaje mu brzmienie:

„Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 oraz na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na (...) z siedzibą w W. obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez zamieszczenie komunikatu w serwisie (...) o treści (dalej: „komunikat”):

Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) (...) informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

#decyzjaUOKiK

(...) otrzymała karę pieniężną za #nieuczciwe praktyki rynkowe. Polegały one na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków.

#wprowadzeniewbłąd #nieuczciwepraktykiirynkowe

Szczegółowe informacje na temat praktyk (...) dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr (...) z dnia 9 maja 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hiperłącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].

Komunikat (...) z siedzibą w W. opublikuje - w terminie 2 miesięcy - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na publicznie dostępnym profilu marki (...) z siedzibą w W. w serwisie (...) (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem (...) w ten sposób, że:

a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnym profilu marki V. prowadzonym w języku polskim (na dzień wydania decyzji profil ten jest dostępny pod adresem (...) przez okres 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,

b) komunikat zostanie zamieszczony w serwisie (...) w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),

c) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu (...), tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,

d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie (...),

e) w przypadku zmiany profilu Przedsiębiorcy do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie (...) prowadzonym przez (...) z siedzibą w W.,

f) w przypadku zmiany nazwy (...) z siedzibą w W., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

3. oddala odwołanie w pozostałej części,

4. stwierdza, że zaskarżona decyzja w części uchylonej i zmienionej nie została wydana bez podstawy prawnej albo z rażącym naruszeniem prawa,

5. znosi pomiędzy stronami koszty postępowania

SSO Małgorzata Wiliński

## UZASADNIENIE

### **wyroku z dnia 24 maja 2023 r.**

Decyzją z dnia 09 maja 2022 r. (...) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów orzekł, że:

#### I.

1. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie (...) z siedzibą w W. polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 21 kwietnia 2022 r.

2. Na podstawie art. 26 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie (...) z siedzibą w W. polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...) .pl bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

#### II.

Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 oraz na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na (...) z siedzibą w W. obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez złożenie w serwisie (...) jednokrotnego oświadczenia o następującej treści:

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) z siedzibą w W. informuje, że stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe stanowiące praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Szczegóły tutaj (dalej jako: „oświadczenie nr 1”)

odsyłającego do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej jako: „oświadczenie nr 2”):

W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) z siedzibą w W. informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na:

- wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl z

wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów,

- wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...) .pl bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tj. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr (...) z dnia 9 maja 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hiperłącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].

Oświadczenia nr 1 i 2 (...) z siedzibą w W. (dalej także jako: „Przedsiębiorca”) złoży w terminie 2 miesięcy – od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, w serwisie Przedsiębiorcy dostępnym z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona ta jest dostępna pod adresem (...))

Oświadczenie nr 2 (...) z siedzibą w W. złoży w terminie 2 miesięcy – od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, w postaci wiadomości skierowanych do konsumentów w serwisie Przedsiębiorcy dostępnym z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona ta jest dostępna pod adresem (...)) oraz aplikacji mobilnej (na dzień wydania decyzji aplikacja ta jest dostępna pod nazwą (...)).

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w taki sposób, że:

a) oświadczenia nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane przez okres co najmniej 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji,

b) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej serwisu Przedsiębiorcy dostępnego z poziomu strony internetowej (na dzień wydania decyzji strona główna serwisu jest dostępna pod adresem (...)) bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

c) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie serwisu Przedsiębiorcy dostępnego z poziomu strony internetowej, do której odsyłać będzie oświadczenie nr 1, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

d) tekst oświadczeń, o których mowa w pkt b) i c), będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) z zachowaniem pogrubienia tekstu (bold) we wskazanych miejscach,

e) dodatkowo oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone w treści wiadomości kierowanych do konsumentów będących na dzień przekazania ww. wiadomości użytkownikami serwisu Przedsiębiorcy,

f) wielkość czcionki użyta w oświadczeniach powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Przedsiębiorcy [w zakresie pkt b) i c) powyżej] oraz w wiadomościach kierowanych do użytkowników serwisu [w zakresie pkt e) powyżej],

g) w przypadku zmiany adresu internetowego, pod jakim dostępny jest serwis Przedsiębiorcy, oświadczenia, o których mowa w pkt b) i c) oraz wiadomości, o których mowa w pkt e), zostaną zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres (...)

h) w przypadku zmiany nazwy aplikacji, za pośrednictwem której dostępny jest serwis Przedsiębiorcy, wiadomości, o których mowa w pkt e), zostaną wysłane za pomocą każdej innej aplikacji zastępującej aplikację o nazwie (...),

i) w przypadku zmiany nazwy (...) z siedzibą w W., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

### III.

Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 oraz na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na (...) z siedzibą w W. obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez zamieszczenie komunikatu w serwisie (...) o treści (dalej: „komunikat”):

Konsumentom, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 9 maja 2022 r. nr (...) (...) informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

(...) otrzymała karę pieniężną za #nieuczciwe praktyki rynkowe. Polegały one na:

- wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków,

- wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...) bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego. #wprowadzeniewbłąd #nieuczciwepraktykirynkowe

Szczegółowe informacje na temat praktyk (...) dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr (...) z dnia 9 maja 2022 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hiperłącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].

Komunikat (...) z siedzibą w W. opublikuje - w terminie 2 miesięcy - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na publicznie dostępnym profilu marki (...) z siedzibą w W. w serwisie (...) (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem (...) w ten sposób, że:

a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnym profilu marki (...) prowadzonym w języku polskim (na dzień wydania decyzji profil ten jest dostępny pod adresem (...) przez okres 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,

b) komunikat zostanie zamieszczony w serwisie (...) w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),

c) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu (...), tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,

d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie (...),

e) w przypadku zmiany profilu Przedsiębiorcy do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie (...) prowadzonym przez (...) z siedzibą w W.,

f) w przypadku zmiany nazwy (...) z siedzibą w W., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

#### IV.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na (...) z siedzibą w W.:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275), w zakresie opisanym w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, karę pieniężną w wysokości 1 121 139 zł (słownie: jeden milion sto dwadzieścia jeden tysięcy sto trzydzieści dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa,

2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275), w zakresie opisanym w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji, karę pieniężną w wysokości 4 239 308 zł (słownie: cztery miliony dwieście trzydzieści dziewięć tysięcy trzysta osiem złotych), płatną do budżetu państwa.

#### V.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża (...) z siedzibą w W. kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 96 zł (słownie: dziewięćdziesiąt sześć złotych) oraz zobowiązuje (...) z siedzibą w W. do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Odwołanie od całości decyzji wniosła (...) z siedzibą w W. zarzucając jej naruszenie:

##### 1. przepisów prawa materialnego:

1. art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej „u.p.n.p.r.”), poprzez ich niewłaściwe zastosowanie i błędne ustalenie, że działanie opisane w pkt. 1.1. sentencji Decyzji, polegające na rzekomym wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów na platformie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z weryfikacją ich tożsamości dla celów przepisów o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu (co Prezes UOKiK określa w sentencji Decyzji w sposób nieprecyzyjny mianem „dodatkowego warunku”), stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, pomimo że:

a) powyższe działanie nie wprowadzało konsumentów w błąd, ponieważ w rzeczywistości Powódka nie pomijała istotnych informacji dotyczących ww. wymogów w zakresie potwierdzenia tożsamości, jak również informowała konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów na platformie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z weryfikacją ich tożsamości przez dostawcę usług płatniczych, a konsumenci mieli możliwość zapoznania się ze wskazanymi informacjami przed zawarciem umowy,

b) powyższe działanie nie wprowadzało konsumentów w błąd, ponieważ nawet jeśli Powódka pomijałaby takie informacje, quod non, to zaniechanie to nie spowodowało ani nie mogło spowodować zniekształcenia decyzji przeciętnego konsumenta odnośnie do zawarcia umowy, w szczególności z następujących powodów:

i. skoro rzekoma obawa, która miała występować u konsumentów w zw. z ewentualnym, nieuprawnionym wykorzystaniem ich danych osobowych, wymaganych dla celów weryfikacji tożsamości, miałyby zadecydować o nieskorzystaniu przez konsumentów z usług Powódki, to wbrew założeniom Prezesa UOKiK przekazanie konsumentom jasnej, pełnej i rzetelnej informacji o procesie i zasadach weryfikacji tożsamości skutkowało by ustaniem lub w ogóle niepojawieniem się tej obawy, a w konsekwencji skorzystaniem z usług Powódki, nie zaś rezygnacją z tych usług,

ii. konsument nie miał realnych możliwości wypłaty środków uzyskiwanych z tytułu wykonania umowy sprzedaży za pośrednictwem jakiegokolwiek podobnego serwisu internetowego z pominięciem procedury weryfikacji tożsamości stosowanej w przypadkach określonych przez dostawcę usług płatniczych jest to procedura wymagana przez prawo, do której stosowania zobowiązani są wszyscy dostawcy usług płatniczych świadczący usługi na rzecz konsumentów sprzedających usługi lub towary za pośrednictwem internetowych platform handlowych;

2. art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. w zw. z art. 33, art. 34, art. 35 ust. 1 i 2, art. 36, art. 37, art. 41 ust. 1 i 2 oraz art. 54 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy' oraz finansowaniu terroryzmu<sup>7</sup> (dalej „u.p.p.f.t.”) w zw. z art. 8, art. 10 ust. 1, art. 11, art. 13 ust. 1-4, art. 14 oraz art. 39 ust. 1 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/849 w sprawie zapobiegania wykorzystywaniu systemu finansowego do prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu<sup>8</sup> (implementowanej w u.p.p.f.t.; dalej „Dyrektywa AML”) w zw. z art. 50 ust. 1 i 2 ustawy o usługach płatniczych (dalej „u.u.p.”), poprzez pominięcie wskazanych przepisów Dyrektywy AML i u.u.p., co doprowadziło Prezesa UOKiK do błędnego ustalenia, że działanie opisane w pkt. 1.1. sentencji Decyzji stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów;

3. art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., poprzez ich niewłaściwe zastosowanie i błędne ustalenie, że działanie opisane w pkt. 1.2. sentencji Decyzji, polegające na rzekomym nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu na platformie (...)pl bezpośrednio od sprzedającego, bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, pomimo że:

a) powyższe działanie nie wprowadza konsumentów w błąd, ponieważ w rzeczywistości Powódka nie oferuje konsumentom opcji zakupu na platformie (...)pl bezpośrednio od sprzedającego, a transakcje bezpośrednie ze sprzedającym realizowane są poza platformą (...)pl, tj. bez udziału Powódki,

b) w regulaminie, który konsument akceptuje rejestrując się na platformie (...)pl, Powódka informuje o ryzyku związanym z zawarciem transakcji bezpośredniej ze sprzedającym bez udziału Powódki, tj. z wyłączeniem pośrednictwa platformy (...)pl oraz o tym, że transakcje takie nie wiążą się z żadną ochroną jaką Powódka zapewnia użytkownikom tej platformy,

c) powyższe działanie nie wprowadza konsumentów w błąd, ponieważ nawet jeśli Powódka pomijałaby takie informacje, quod non, to zaniechanie to nie powoduje zniekształcenia decyzji przeciętnego konsumenta odnośnie do zawarcia umowy na platformie (...)pl, albowiem, w szczególności, platforma ta nie służy do zawierania transakcji bezpośrednich ze sprzedającym. Rejestrując się na platformie (...)pl konsument akceptuje model działalności tej platformy, oferujący konsumentom możliwość dokonywania transakcji za pośrednictwem platformy (...)pl, a nie z jej pominięciem;

4. art. 24 ust. 2 pkt. 3 u.o.k.i.k., poprzez jego błędne zastosowanie i ustalenie, że:



a) praktyka określona w pkt. I. 1. sentencji Decyzji stanowi zaniechanie, które można przypisać Powódce, nie zaś stronie trzeciej (tj. dostawcy usług płatniczych),

b) praktyki określone w pkt. 1.1 i 1.2 sentencji Decyzji naruszają zbiorowe interesy konsumentów pomimo braku wykazania ich niezgodności z prawem lub zrekonstruowania normy dobrego obyczaju, z którą miałyby być one sprzeczne,

c) praktyka określona w pkt. 1.1. sentencji Decyzji godziła, zaś praktyka określona w pkt. 1.2. sentencji Decyzji - godzi, w zbiorowe interesy konsumentów, pomimo że (odpowiednio) nie wywoływały one i nadal nie wywołują negatywnych skutków w sferze praw i obowiązków konsumentów;

5. art. 12 ust. 1 pkt I ustawy o prawach konsumenta (dalej „u.p.k.”) poprzez niewłaściwe zastosowanie tego przepisu oraz błędną jego wykładnię polegającą na przyjęciu, że obowiązek poinformowania przez Powódkę konsumenta o głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia obejmuje przekazanie konsumentom informacji o (potencjalnej) konieczności zweryfikowania tożsamości w celu otrzymania zapłaty z tytułu sprzedaży, podczas gdy:

a) przepis ten nie znajdzie zastosowania ani do działalności Powódki, która nie jest stroną umowy sprzedaży zawieranej z konsumentem, ani do działalności (...), która świadczy usługi płatnicze będące usługami finansowymi, do których na mocy art. 4 ust. 2 u.p.k. nie stosuje się przepisu art. 12 u.p.k.,

b) nie można przyjąć, że pojęcie „informacji o głównych cechach świadczenia” obejmuje informację o zasadach przeprowadzenia weryfikacji tożsamości wymaganej przez przepisy obowiązującego prawa, nawet jeśli wypłata środków może wymagać takiej weryfikacji, ponieważ z pewnością nie jest to główna cecha świadczenia;

6. art. 27 ust. I i 2 u.o.k.i.k. poprzez jego niezastosowanie i nakazanie Powódce zaprzestania stosowania praktyki określonej w pkt. 1.2. sentencji Decyzji, pomimo, że została ona zaniechana najpóźniej z dniem 21 kwietnia 2022 r.;

7. art. 24 ust. I oraz ust. 2 pkt. 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i 3, art. 4 ust. 2 oraz art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. poprzez ich błędne zastosowanie i przyjęcie:

a) wadliwej definicji przeciętnego konsumenta pomijającej, że fakt istnienia obowiązków w zakresie weryfikacji tożsamości spoczywających na dostawcach usług płatniczych powinien być konsumentowi znany. Przeciętny konsument korzystający z internetowych platform handlowych na potrzeby sprzedaży towarów lub usług ma świadomość wymogów weryfikacyjnych, ich roli oraz powszechności przy świadczeniu usług płatniczych, a zwłaszcza dotyczących otrzymywania przez niego środków pieniężnych od podmiotów trzecich,

b) jednolitej definicji przeciętnego konsumenta, pomimo, że praktyki Powódki określone w pkt. 1.1. oraz 1.2. sentencji Decyzji wymagają przyjęcia dwóch różnych definicji przeciętnego konsumenta. W sposób kwalifikowany należy scharakteryzować przeciętnego konsumenta, który dokonuje sprzedaży na platformie (...).pl;

8. naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k. w zw. z art. 8 ustawy z 14 czerwca 1960 r. Kodeks Postępowania Administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735 z późn. zm., dalej „k.p.a.”) poprzez ich błędne zastosowanie i nałożenie - w pkt. IV sentencji Decyzji - na Powódkę kary pieniężnej:

a) pomimo, że nie zachodziły ku temu przesłanki, gdyż Powódka nie dopuściła się naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a co najmniej brak było po jej stronie umyślności naruszenia,

b) w sposób nietransparentny, uniemożliwiający weryfikację metodologii przyjętej przez Prezesa UOKiK i sugerujący, że kary zostały skalkulowane na podstawie kwoty bazowej obliczonej w oparciu o globalny obrót Powódki, pomimo że skutki rzekomej praktyki Powódki mogły mieć miejsce jedynie na rynku polskim,

c) w zakresie pkt. I sentencji Decyzji - z pominięciem precedensowego charakteru sprawy, co nawet przy uznaniu istnienia praktyk (czemu Powódka stanowczo zaprzecza), powinno skutkować odstąpieniem Prezesa UOKiK od wymierzenia kary;

9. art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 111 ust. 1 pkt 1 u.o.k.i.k. poprzez ich błędne zastosowanie i nałożenie na Powódkę kary pieniężnej:

a) w zakresie pkt. 1.2. sentencji Decyzji - z uwzględnieniem przychodu Powódki ze wszystkich tytułów, nie zaś z tytułu świadczenia usług zapewniających Ochronę Kupującego w serwisie (...).pl, tj. działalności, w związku z którą postawiony został przez Prezesa UOKiK zarzut naruszenia zbiorowych interesów konsumentów,

b) bez uwzględnienia w odpowiednim stopniu okoliczności łagodzących mających wpływ na wymiar kary, takich jak fakt zaniechania praktyk, o których mowa w pkt. I sentencji Decyzji, zakres działań Powódki podejmowanych w celu dobrowolnego usunięcia rzekomego naruszenia oraz współpracy Powódki w toku postępowania, na skutek czego nałożona przez Prezesa UOKiK kara pieniężna nie jest karą odpowiadającą zarzucanemu czynowi, jak również jest nieproporcjonalna i winna podlegać uchyleniu, a co najmniej odczuwalnemu obniżeniu;

10. art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 u.o.k.i.k. oraz w zw. z art. 6 ust. 1 i 3 oraz art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. poprzez ich błędne zastosowanie i nałożenie na Powódkę środków usunięcia trwających skutków naruszenia nieproporcjonalnych w stosunku do stwierdzonej praktyki, tj. nakazanie Powódce w pkt. II i III sentencji Decyzji publikacji oświadczenia na stronie internetowej Powódki oraz komunikatu w serwisie (...), przez okres 1 miesiąca, pomimo że:

a) nie zachodziły ku temu przesłanki, ponieważ Powódka nie dopuściła się naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a nawet w przypadku uznania, że dopuściła się takiego naruszenia, quod non, nałożenie ww. obowiązków publikacyjnych, zwłaszcza po stwierdzeniu zaniechania rzekomego naruszenia wskazanego w pkt. 1.1. jej sentencji, nie będzie miało żadnego wpływu na usunięcie trwających skutków zarzucanych praktyk,

b) serwis (...) jest bezpośrednim konkurentem Powódki, zaś Prezes UOKiK nie wyjaśnia w Decyzji jak publikacja jej sentencji w konkurencyjnym serwisie (...), skierowana do użytkowników tego serwisu, i dlaczego akurat w tym konkretnym konkurencyjnym serwisie, miałyby prowadzić do usunięcia skutków rzekomego naruszenia,

c) wskazane przepisy nie upoważniają Prezesa UOKiK do zobowiązania Powódki do publikacji oświadczenia i komunikatu stanowiących de facto publikację Decyzji;

11. przepisów postępowania:

art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 84 u.o.k.i.k. poprzez przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów, skutkujące błędnym i dowolnym ustaleniem stanu faktycznego sprawy, w szczególności poprzez:

a) przyjęcie przez Prezesa UOKiK w zakresie działania opisanego w pkt. 1.1. sentencji Decyzji, że:

i. sposób informowania o procedurze weryfikacji tożsamości mógł mieć wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta o rejestracji na platformie (...).pl oraz sprzedaży na niej,

ii. informacje o konieczności zweryfikowania tożsamości w celu otrzymania zapłaty z tytułu sprzedaży na platformie (...).pl z wykorzystaniem zintegrowanych usług płatności, nie były przekazywane konsumentom we właściwym czasie oraz miejscu;

b) przyjęcie przez Prezesa UOKiK w zakresie działania opisanego w pkt. 1.2. sentencji Decyzji, że Powódka oferuje konsumentom opcję zakupu na platformie (...).pl bezpośrednio od sprzedającego, bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, a ww. sposób stanowi alternatywny wariant do sprzedaży z użyciem m.in. Ochrony Kupującego, podczas gdy zakup bezpośredni między konsumentami z pominięciem platformy (...).pl jest czynnością

prawną, w której Powódka nie pośredniczy. Czynność ta jest zawsze możliwa bez względu na działania Powódki. Z całą pewnością nie można stwierdzić, że jest to funkcjonalność, a tym bardziej usługa oferowana przez Powódkę,

c) pominięcie przez Prezesa UOKiK podnoszonych przez Powódkę w toku postępowania okoliczności świadczących o wysokim poziomie ryzyka dla konsumentów związanym z zawieraniem transakcji bezpośrednio pomiędzy nimi, z pominięciem platformy (...).pl,

d) pominięcie przez Prezesa UOKiK zweryfikowania zakresu obowiązków informacyjnych ciążyących na (...) (wynikających z przepisów prawa oraz z regulaminu (...)),

e) przyjęcie przez Prezesa UOKiK, że w wyniku działań Powódki konsument mógł podjąć niekorzystną dla siebie decyzję, tj. dotyczącą zawarcia umowy z Powódką w tym w szczególności skorzystania z usługi Ochrona Kupującego;

12. art. 107 § 1 i 3 k.p.a. w związku z art. 11 k.p.a. w związku z art. 83 u.o.k.i.k. poprzez ich niezastosowanie i dokonanie ustaleń powodujących wewnętrzną sprzeczność Decyzji, tj. m.in. kolizję uzasadnienia z sentencją oraz wewnętrzne niejasności i sprzeczności w samym uzasadnieniu, co uniemożliwia skuteczne przeprowadzenie jej kontroli sądowej;

13. art. 97 § 1 pkt. 4 k.p.a. w zw. z art. 142 k.p.a. w zw. z art. 16 ust. 2 i 4 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów II (dalej „Rozporządzenie 2017/2394”) w zw. z art. 83 u.o.k.i.k., poprzez ich niezastosowanie i odmowę zawieszenia lub przedłużenia postępowania do czasu rozstrzygnięcia w postępowaniu toczącym się równoległe przed Komisją Europejską w przedmiocie tych samych praktyk Powódki, pomimo że ustawowe przesłanki obligatoryjnego zawieszenia postępowania przez Prezesa UOKiK zostały spełnione;

14. art. 8, 11, 13 k.p.a. w zw. z art. 28 ust. I i art. 83 u.o.k.i.k. w zw. z art. 2 Konstytucji RP w zw. z art. 106 ust. I pkt 4 u.o.k.i.k. poprzez ich niezastosowanie, polegające na niewydanie decyzji zobowiązującej pomimo zaistnienia ku temu przesłanek;

przy czym każde z powołanych naruszeń wywarło istotny wpływ na wynik postępowania i doprowadziło do wydania błędnej i niesprawiedliwej, względnie przedwczesnej Decyzji.

W oparciu o powyższe zarzuty (...) wniosła o:

1. uchylenie Decyzji w całości, a ewentualnie, w przypadku nieuwzględnienia ww. wniosku:

2. o uchylenie Decyzji w części, to jest w zakresie pkt. II, III i IV, ewentualnie zaś, w przypadku nieuwzględnienia ww. wniosków:

3. o uchylenie Decyzji w części, to jest w zakresie pkt. IV, ewentualnie zaś, w przypadku nieuwzględnienia ww. wniosków:

4. o zmianę Decyzji w całości poprzez orzeczenie co do istoty sprawy, że praktyka Powódki kwestionowana w punkcie 1.1. i 1.2. sentencji Decyzji nie narusza prawa, ewentualnie zaś, w przypadku nieuwzględnienia ww. wniosków:

5. o zmianę Decyzji w pkt IV poprzez obniżenie wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Powódkę,

w każdym wypadku strona wniosła o:

6. przeprowadzenie rozprawy,

7. dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z następujących dokumentów wydruków fragmentów informacji przedstawionych na stronach:

a) Centrum Pomocy (...),

b) Centrum Pomocy (...),

c) Centrum Pomocy (...),

d) Centrum Pomocy (...),

załączonych do niniejszego odwołania w Załączniku nr 3, na fakt: (i) powszechności stosowania procedur weryfikacji tożsamości na platformach oferujących możliwość sprzedaży i zakupu przedmiotów on-line, a dodatkowo fragmentu regulaminu ad. lit. b - na fakt (ii) prowadzenia przez platformę (...) działalności konkurencyjnej w stosunku do działalności Powódki;

8. dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z przesłuchania następujących świadków:

a) Pani A. B.,

b) Pani O. S.,

wezwania na adres do doręczeń pełnomocnika Powódki wskazany w niniejszym odwołaniu, na następujące fakty:

i. zakres otrzymywanych przez Powódkę w 2021 r. oraz w 2022 r., do dnia wydania Decyzji, konkretnych sygnałów (w formie pism, wiadomości elektronicznych, zgłoszeń kierowanych do Centrum Pomocy etc.), świadczących o wysokim poziomie ryzyka dla konsumentów, związanym z zawieraniem transakcji bezpośrednio pomiędzy użytkownikami (...).pl, z pominięciem tej platformy,

ii. charakterystyki modelu biznesowego, przyjętego przez Powódkę dla platformy (...).pl w zakresie oferowanej użytkownikom ścieżki zakupu przedmiotu oferowanego na tej platformie,

iii. charakterystyki konkurencyjnych platform w tym w szczególności w kontekście związanych z ich działalnością zasad dotyczących weryfikacji tożsamości (KYC),

iv. otoczenia prawno-regulacyjnego i ekonomicznego, w ramach którego działa platforma (...).pl,

v. ilości pytań kierowanych do Powódki przez konsumentów, w tym użytkowników (...).pl w 2021 r. oraz w 2022 r., do dnia wydania Decyzji, dotyczących zastosowania procedury weryfikacji tożsamości (KYC) do płatności dokonywanych w związku ze sprzedażą przedmiotów na (...).pl, jak również ich treści, vi. zakresu reklamacji składanych Powódce przez konsumentów,

vii. zakresu usług świadczonych dla konsumentów przez (...) w związku z realizowaniem przez konsumentów transakcji na portalu (...).pl i związanych z tym obowiązków,

viii. przebiegu konsultacji z Komisją Europejską w toku postępowania wszczętego przez ten organ, dotyczącego m.in. tych rozwiązań przyjętych przez Powódkę w ramach modelu biznesowego oraz zasad funkcjonowania platform prowadzonych przez Powódkę w innych państwach Unii Europejskiej, zbieżnych z rozwiązaniami, co do których Prezes UOKiK stwierdził w pkt. I sentencji Decyzji, że naruszają one bądź przyczyniają się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów,

ix. średniej ceny przedmiotów (przeciętnej wartości transakcji) oraz najczęściej sprzedawanych kategorii przedmiotów oferowanych przez sprzedających na (...).pl w 2021 r. oraz w 2022 r., do dnia wydania Decyzji;

9. z najdalej posuniętej ostrożności procesowej - o dołączenie do akt sprawy akt postępowania administracyjnego zakończonego wydaniem Decyzji oraz dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów przedstawionych przez Powódkę w toku tego postępowania administracyjnego;

10. zasądzenie od Pozwanego na rzecz Powódki kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego, według norm przepisanych.

W toku postępowania strony składały m.in. następujące pisma procesowe:

- pismo pozwanego z dnia 13 października 2022 r. stanowiące odpowiedź na odwołanie oraz obejmujące wnioski dowodowe (k. 164 – 189),
- pismo pozwanego z dnia 09 listopada 2022 r., do którego załączono wydruki stron internetowych (wnioski dowodowe w piśmie z dnia 13 października 2022 r., k. 210-252),
- pismo odwołującej z dnia 05 grudnia 2022 r. (k. 257-285),
- pismo odwołującej z dnia 01 lutego 2023 r. obejmujące wnioski dowodowe (k. 377 – 379),
- pismo pozwanego z dnia 23 lutego 2023 r. stanowiące ustosunkowanie się do pisma procesowego odwołującej z dnia 05 grudnia 2022 r. oraz wobec przeprowadzonego postępowania dowodowego, a także obejmujące wnioski dowodowe (wersja tajna k. 427-494, wersja jawna k. 533 – 548),
- pismo odwołującej z dnia 13 marca 2023 r. stanowiące ustosunkowanie się do pisma procesowego pozwanego z dnia 23 lutego 2023 r. oraz wobec przeprowadzonego postępowania dowodowego, a także obejmujące wnioski dowodowe (wersja tajna k. 499 – 519, wersja jawna k. 533 – 548),
- pismo pozwanego z dnia 21 kwietnia 2023 r. obejmujące wniosek dowodowy (k. 626-631).

W sprawie odbyły się dwie rozprawy tj. :

- w dniu 09 lutego 2023 r., w toku której strony zaprezentowały swoje stanowiska oraz przeprowadzono dowód z przesłuchania świadków: A. B., O. S., I. S. (k. 413 – 418),
- w dniu 26 kwietnia 2023 r., w toku której przeprowadzono dowód z czterech nagrań z serwisu (...) oraz pełnomocnicy stron zaprezentowali stanowiska końcowe (k. 633-634).

**Sąd Okręgowy – Sąd ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:**

(...) z siedzibą w W. jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Spółek (...) pod numerem (...). Spółka działa w wielu krajach europejskich (...). Przedmiotem działalności Spółki jest prowadzenie serwisów internetowych służących do wystawiania przedmiotów online (głównie używane ubrania i dodatki).

Dowód: wyciąg danych podstawowych z rejestru podmiotów prawnych (...) zamieszczony w

załączniku 4 do pisma Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., k. 580-583 akt adm.,

zeznania świadka O. S. k. 414-414v,

(...) z siedzibą w W. prowadzi i zarządza serwisem internetowym znajdującym się pod adresem (...) oraz powiązaną z nim aplikacją mobilną (...). Spółka ta jest stroną umowy zawieranej z konsumentem w związku z rejestracją w serwisie (...).pl jest serwisem przeznaczonym dla konsumentów. Oznacza to, że do sprzedaży i zakupu przedmiotów w serwisie nie są uprawnieni przedsiębiorcy.

Według stanu na 31 grudnia 2021 r. w serwisie (...).pl zarejestrowanych było (...) użytkowników.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30

września 2021 r., 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r. k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775- 905 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 21 czerwca 2021 r., str. 1, k. 16 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 7 lipca 2021 r., k. 74-80 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 19, k. 540 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 6, k. 676 akt adm.

W serwisie (...)pl konsumenci mogą umieszczać przedmioty (głównie ubrania i dodatki) w katalogu oraz przeglądać je. (...) zapewnia możliwość wymiany, sprzedaży lub kupna przedmiotów, a także komunikowania się pomiędzy użytkownikami prywatnie (wiadomości prywatne) lub publicznie (za pomocą forum). Użytkownicy mogą otrzymywać od (...) powiadomienia oraz wiadomości, do czego przeznaczone są oddzielne skrzynki. Korzystając z serwisu, konsumenci mogą skorzystać z odpłatnych usług oferowanych przez (...) takich jak: Zintegrowane Usługi Płatności i Wysyłki, Usługa Podbijania Przedmiotów czy sługa Sugerowanych Ofert.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30

września 2021 r., 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r. k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775- 905 akt adm.,

Aby skorzystać z funkcji wymiany, sprzedaży lub kupna przedmiotów prezentowanych w (...)pl konieczne jest zarejestrowanie się w nim. W ramach rejestracji konsument musi potwierdzić, że akceptuje Regulamin (...), przeczytał dokument „(...)” Polityka Ochrony Danych Osobowych ( (...) dalej jako: „Polityka prywatności”) oraz ma powyżej 18 lat.

Dowód: protokoły Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30 września 2021 r., k. 2, 418-422 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 3, k. 27 verte akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 marca 2022 r., str. 2, k. 764 wraz z załącznikiem 1, k. 771-774 akt adm.

W myśl postanowień Regulaminu (...) - wersja obowiązująca na dzień 30 września 2021 r. - przed zarejestrowaniem się na Witrynie, każdy Użytkownik musi zapoznać się z Ogólnymi Warunkami Korzystania (zwanymi dalej "Ogólnymi Warunkami"), Polityką Prywatności (zgodnie z definicjami, które również będą aktualizowane), jak również z innymi obowiązkowymi postanowieniami Witryny, zaakceptować je i zobowiązać się do ich przestrzegania.

Powyższe postanowienie obowiązywało od 2 października 2019 r. i było aktualne na dzień wydania decyzji. W jego treści wprowadzano zmiany, nie miały one jednak charakteru zasadniczego .

Zgodnie z rozdziałem I Polityki Prywatności:

- wersja obowiązująca od 3 października 2019 r. do 24 kwietnia 2020 r.:

(...) Niniejsza Polityka ochrony danych uzupełnia ogólne zasady („Zasady”), stanowiące podstawę Państwa Porozumienia z (...) o korzystaniu z Platformy („Porozumienie o korzystaniu”). W przypadku rozbieżności pomiędzy Zasadami a Polityką ochrony danych, obowiązują przepisy ostatniego dokumentu (...).

- wersja obowiązująca od 24 kwietnia 2020 r. do dnia wydania decyzji:

(...) Niniejsza Polityka prywatności ani żadna jej część nie ma charakteru klauzul umownych i nie wchodzi w skład Ogólnych warunków świadczenia usług („OW”) jako umowy zawartej z zarejestrowanymi użytkownikami. (...)

Dowód: Regulamin oraz Polityka Prywatności (...) stanowiące załączniki do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30 września 2021 r., k. 419, 422, 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r.

k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775 905 akt adm., pismo Spółki z dnia 24 marca 2022 r., str. 2, k. 764 wraz z załącznikami 2 i 3, k. 775-1138 akt adm.

Korzystając z Serwisu, konsumenci mogą kupować przedmioty korzystając z odpłatnych usług oferowanych przez (...) - ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki lub Zintegrowanej Usługi Płatności (zakup z Ochroną Kupującego)

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30 września 2021 r., k. 419, 422; akt adm.,

Definicje usług zintegrowanych oferowanych przez (...) zostały zamieszczone w słowniczku Regulaminu (...) (rozdział II). Zgodnie z jego postanowieniami:

- Zintegrowana Usługa Płatności i Wysyłki oznacza opcjonalną dla Użytkownika Usługę ułatwiającą i zabezpieczającą płatność i dostawę Przedmiotu, gdy Transakcja stanowi umowę sprzedaży;
- Zintegrowana Usługa Płatności oznacza usługę płatności online za Przedmioty dostępną dla Kupującego na Witrynie, przy czym usługi płatnicze są świadczone przez partnera (...);
- Zintegrowana Usługa Wysyłki oznacza opłaconą przez Kupującego Usługę wysyłki i dostawy, umożliwiającą Sprzedającemu dostarczenie Przedmiotu Kupującemu w ramach umowy sprzedaży, przy czym usługa wysyłki, transportu i dostawy są świadczone przez jednego z partnerów (...).

Kupujący może skorzystać ze Zintegrowanej Usługi Płatności – bez jednoczesnego korzystania ze Zintegrowanej Usługi Wysyłki. Sytuacja odwrotna (skorzystanie ze Zintegrowanej Usługi Wysyłki bez Zintegrowanej Usługi Płatności) jest natomiast niemożliwa.

Możliwość skorzystania ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki oraz Zintegrowanej Usługi Płatności (dalej także: „usługi zintegrowane”) została wprowadzona 2 października 2019 r.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30

września 2021 r., 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r. k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm., Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775 905 akt adm., pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 18 oraz 21, k. 539, 542 akt adm.,

zeznania świadka O. S. k. 414-414v,

zeznania świadka A. B. k. 416v,

Skorzystanie przez konsumenta z Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki lub Zintegrowanej Usługi Płatności, wiąże się z konsekwencjami zarówno po stronie kupującego, jak i sprzedającego na (...) .pl. Usługi te polegają na ułatwieniu i zabezpieczeniu zapłaty za przedmiot wystawiony w Serwisie.

Aby skorzystać z ww. usług kupujący musi zapłacić opłatę stanowiącą (...) zł + (...) ceny kupowanego przedmiotu. Korzysta on wówczas z usługi określanej jako Ochrona Kupującego.

W ramach Ochrony Kupującego (...) zapewnia kupującemu zwrot pieniędzy, gdy zakupiony przedmiot nie zostanie wysłany, dotrze uszkodzony lub będzie niezgodny z opisem zamieszczonym w Serwisie. Dodatkowo Ochrona

Kupującego umożliwiła konsumentowi dokonanie zapłaty za przedmiot bez udostępniania danych osobowych sprzedającemu. Aby skorzystać z ochrony, kupujący musi zgłosić jeden z ww. problemów w terminie 2 dni od dnia doręczenia przedmiotu lub w przypadku braku jego otrzymania – od daty, w której przedmiot miał być dostarczony.

Oплата za przedmiot, który kupujący kupuje na (...) .pl, nie jest bezpośrednio przekazywana sprzedającemu - zostaje zatrzymana przez dostawcę usług płatniczych w e-portfelu działającym jako rachunek zastrzeżony (rachunek escrow) do czasu zakończenia transakcji. Rola dostawcy usług płatniczych pełniona jest przez (...) przedsiębiorcę zarejestrowanego w H. pod numerem (...) z siedzibą w A..

W myśl art. 6.5 Regulaminu (...) transakcja zostaje zakończona, gdy kupujący potwierdza, że zakupiony przez niego przedmiot spełnia warunki oferty (konsument potwierdza kliknięciem, że produkt jest „OK”) lub po upływie czasu do tzw. otwarcia sporu (brak zawieszenia transakcji w ciągu 2 dni od dnia otrzymania produktu) lub po jego ewentualnym rozstrzygnięciu. Zgodnie z omawianym postanowieniem po zakończeniu transakcji środki pieniężne powinny zostać przekazane do e-portfela sprzedającego. Dopiero wówczas sprzedający może wypłacić kwotę, jaką otrzymał z tytułu dokonanej sprzedaży.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30 września 2021 r., 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r. k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775-905 akt adm., pismo Spółki z dnia 7 lipca 2021 r., str. 2, k. 75 akt adm.

W przypadku zakończenia transakcji środki pieniężne z tytułu sprzedaży przedmiotu są przekazywane do e-portfela, co powinno nastąpić niezwłocznie (por. art. 6.5 Regulaminu (...)). Zgodnie z ww. postanowieniem Przedsiębiorca gwarantuje konsumentowi możliwość przelania z e-portfela środków pieniężnych w każdej chwili (...) na jego osobiste konto bankowe, bez żadnych opłat za przelew ani opłat za jakkolwiek. Środki zgromadzone w e-portfelu konsument może wykorzystać także w celu zakupu przedmiotów wystawionych w serwisie (...) .pl

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja 2021 r. oraz 30 września 2021 r., 4 marca 2022 r., 6 oraz 11 kwietnia 2022 r. k. 419, 422; 721, 1168, 1183 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775-905 akt adm.

W praktyce skorzystanie ze środków pieniężnych należnych konsumentowi z tytułu sprzedaży przedmiotów za pośrednictwem (...) .pl (poprzez ich wypłacenie na konto bankowe lub zakup przedmiotu wystawionego na (...) .pl):

- wiąże się z koniecznością posiadania przez konsumenta e-portfela, a co za tym idzie przekazania informacji o tożsamości (etap I) oraz

- może wiązać się z wymogiem wykonania przez konsumenta dodatkowych czynności w postaci przekazania dokumentów związanych z ich tożsamością (etap II oraz III).

Powyższe wiąże się z przeprowadzaniem przez dostawcę usług płatniczych ((...)) procesu „Poznaj swojego klienta” (ang. (...)), zwanego dalej także jako: „procedura weryfikacji tożsamości”.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 4-18, k. 28-35 akt adm.

Aby środki z tytułu sprzedaży przedmiotu na (...) mogły zostać przekazane do e-portfela sprzedającego, konieczna jest jego aktywacja. Aby tego dokonać, konsument musi podać następujące informacje: imię i nazwisko, datę urodzenia oraz adres.



Przekazanie ww. informacji przez konsumenta odbywa się za pomocą formularza „Potwierdzenie danych”, który jest wyświetlany konsumentowi po dokonaniu pierwszej sprzedaży na (...) .pl z wykorzystaniem zintegrowanych usług płatności – przed wysłaniem przedmiotu.

Jednocześnie aktywacja e-portfela przez konsumenta jest możliwa także przed pierwszą sprzedażą. Aby to zrobić, konsument musi wybrać opcję aktywacji e-portfela w ustawieniach swojego konta.

Do 24 marca 2022 r. na etapie aktywacji e-portfela brak było wzmianki o tym, że podczas korzystania z e-portfela konsument może być poddany weryfikacji tożsamości. W formularzu konsumentowi przekazywane były następujące informacje:

- przed wysłaniem przedmiotu uzupełnij poniższe dane,
- te informacje pomogą nam potwierdzić twoje dane do płatności (...),
- nigdy nie udostępniamy twoich danych osobowych. Są one używane jedynie do przeprowadzania płatności przez naszych partnerów do wypłat.

W formularzu brak było także informacji o tym, że aktywacja e-portfela wiąże się z zawarciem umowy z (...)

Zgodnie z Regulaminem (...) umowę z (...) konsument zawierał automatycznie, akceptując Regulamin platformy.

Zmiany w procedurze aktywacji e-portfela zostały wprowadzone w dniu 24 marca 2022 r.

Informacje na temat e-portfela, jego aktywacji oraz sposobu wypłacania z niego środków pieniężnych znajdowały się nadto się w Centrum Pomocy Serwisu.

Etap I procedury weryfikacji tożsamości miał miejsce po raz pierwszy w dniu 2 października 2019 r. (pierwsza aktywacja e-portfela). W okresie od 2 października 2019 r., tj. od czasu wprowadzenia usług zapewniających Ochronę Kupującego (por. 36 decyzji), do 20 sierpnia 2020 r. aktywacja e-portfela nie była warunkiem sprzedaży na (...) .pl. Tym samym sprzedaż przedmiotu mogła być dokonana przez konsumenta, który nie aktywował e-portfela. W rezultacie środki pieniężne pochodzące ze sprzedaży przechowywane były w depozycie jako płatność oczekująca, a konsument nie mógł ich wypłacić, dopóki nie aktywował e-portfela (co wiązało się z koniecznością podania imienia i nazwiska, daty urodzenia oraz adresu). Procedura ta uległa zmianie w dniu 20 sierpnia 2020 r. Od tego dnia zakończenie transakcji sprzedaży nie jest możliwe, jeśli sprzedający nie aktywował e-portfela. Brak przekazania imienia i nazwiska, daty urodzenia oraz adresu oznacza, że sprzedaż nie jest kontynuowana i zostaje anulowana.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 12, k. 32 wraz z załącznikiem 1, k. 39-52 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 9 sierpnia 2021 r., k. 105-131 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 20, k. 541. akt adm.,

pismo z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 2, 6-7, k. 674 verte, 676-677 wraz z załącznikiem nr 2, k. 687 688 akt adm.,

protokół Prezesa Urzędu z dnia 7 lipca 2021 r., k. 19; protokół Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022

r., k. 1184. akt adm.,

Konsumenci, którzy posiadają aktywowany e-portfel, na którym zgromadzili środki pieniężne z tytułu sprzedaży przedmiotów z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego mogli być wzywani przez spółkę do przekazania dodatkowych informacji na temat ich tożsamości.

Konsument był wówczas proszony o przekazanie dokumentów potwierdzających jego tożsamość: kopii dowodu osobistego, paszportu, prawa jazdy lub wyciągu bankowego. Przekazanie ww. materiałów przez konsumenta odbywało się poprzez wypełnienie formularza zamieszczonego w serwisie (...).pl. Na dole formularza konsumentowi wyświetlana była informacja: Weryfikacja jest przeprowadzona w zgodzie z warunkami naszego partnera (...). Dowiedz się więcej.

Decyzję w przedmiocie zastosowania wobec konsumenta drugiego oraz trzeciego etapu procedury KYC podejmowało (...) Podstawę do powyższego było przekroczenie przez sprzedającego kwotowego progu dokonanych przez niego transakcji.

Wezwanie do przekazania ww. dokumentów odbywało się poprzez komunikat w serwisie (...).pl. Informacja ta była poprzedzana poprzez wiadomość o zbliżaniu się do osiągnięcia pułapu wiążącego się z koniecznością weryfikacji tożsamości.

Jeśli konsument zbliżał się do progu pierwszego (etap drugi), tj. (...) euro był wzywany do dostarczenia kopii dowodu osobistego, paszportu lub prawa jazdy; progu drugiego (etap trzeci), tj. (...) euro – sprzedający był wzywany do dostarczenia wyciągu bankowego. (...)

Po 24 marca 2022 r. w celu naliczenia ww. progów kwotowych uwzględniane były jedynie transakcje sprzedaży dokonane przez konsumentów na (...) (wraz z transakcjami anulowanymi). Oznacza to, że przy naliczeniu progu (...) euro oraz (...) euro nie były brane wartości przedmiotów, które zostały kupione przez konsumentów na (...).pl.

Niezależnie od osiągnięcia przez konsumenta progów kwotowych (...). mógł uruchomić procedurę KYC na wcześniejszym etapie lub w dowolnym momencie po zidentyfikowaniu podejrzeń co do nieuczciwości konsumenta, zaimprowizowania się przez konsumenta praniem brudnych pieniędzy lub finansowania terroryzmu.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 2-22, k. 27-37 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 16, k. 537 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 21 marca 2022 r., str. 2-3, k. 739-740 akt adm.,

protokół Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022 r. o włączeniu materiału dowodowego, k. 1185 akt adm.,

zrzut ekranu stanowiący załącznik do protokołu Spółki z dnia 11 kwietnia 2022 r., k. 1184 akt adm., korespondencja mailowa Spółki z dnia 5 kwietnia 2022 r. i 4 maja 2022 r., k. 1162, 1459 akt adm.,

zeznania świadka I. S. k. 417v-418.,

W przypadku wezwania konsumenta do przekazania dokumentów w ramach II etapu procedury KYC dokumenty tożsamości powinny spełnić następujące wymogi:

- imię i nazwisko widoczne na przekazanym dokumencie tożsamości musiało zgadzać się z tym, którego użyto podczas rejestracji na (...).pl;

- w przypadku paszportu, użytkownik musiał przesłać stronę ze zdjęciem;

- w przypadku dowodu osobistego lub prawa jazdy obie strony dokumentu; dokument musiał być ważny, a zdjęcia powinny być dostarczone w kolorze.

Przekreślenia oraz zamazania na dokumentach mogły być traktowane jako niewłaściwe przekazanie dokumentu tożsamości. Decyzję o spełnianiu określonych wymogów w tym zakresie podejmował dostawca płatności – (...) Wyciąg

bankowy, do którego spółka wzywała na III etapie weryfikacji tożsamości, powinien natomiast zawierać następujące informacje: logo banku, numer (...) oraz dane właściciela rachunku.

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 8-11, k. 677-679 akt adm.,

postanowienie Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022 r. o włączeniu materiału dowodowego, k. 1185

akt adm.,

Do 24 marca 2022 r. ww. informacje dotyczące wymogów, jakie muszą spełniać skany dokumentów nie były przekazywane przez (...) w wiadomościach informujących o konieczności przejścia przez weryfikację tożsamości ani na etapie wypełniania odpowiedniego formularza w ramach procedury KYC. Szczegółowe informacje o wymaganiach, jakie powinien spełnić wyciąg, konsument otrzymywał w przypadku skontaktowania się z obsługą klienta (...).pl. Informacje o dokumentach potrzebnych do przeprowadzenia procedury KYC były także umieszczone w wytycznych zamieszczonych w języku angielskim na stronie (...) Nie wchodziły one jednak w skład regulamin ww. podmiotu, do którego odsyłał Regulamin (...).

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 8-11, k. 677-689 akt adm.

Od 24 marca 2022 r. spółka wdrożyła zmiany polegające na informowaniu konsumentów o wymogach formalnych dotyczących dokumentów, które trzeba przekazać w ramach weryfikacji tożsamości. Są one prezentowane konsumentom na etapie dodawania ww. dokumentów w odpowiednim formularzu.

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 8-11 oraz załącznik nr 3 do ww. pisma, k. 677-689 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 12 kwietnia 2022 r., str. 2, k. 1175 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 25 kwietnia 2022 r., k. 1428 pkt c) akt adm.,

korrespondencja mailowa Spółki z dnia 4 maja 2022 r., k. 1459 akt adm.,

Zawieszono środki pieniężne pochodzące ze sprzedaży przedmiotów na (...).pl, które nie zostały wypłacone na konto bankowe konsumentów, były przechowywane przez (...) w e-portfelach użytkowników.

Możliwość wypłacenia środków pieniężnych mogła zostać przywrócona, jeśli konsument przekazał wymagane dokumenty oraz został pozytywnie zweryfikowany przez (...). W przypadku braku odpowiedniego przekazania dokumentów konsument mógł przystąpić do ww. procedury ponownie. Możliwość ta nie przysługuje konsumentowi w sytuacji podjęcia przez (...) negatywnej decyzji w przedmiocie weryfikacji tożsamości.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 4-10, k. 28-31 wraz z załącznikiem 1, k. 39-52 akt adm.,

sygnały konsumentów włączone postanowieniem Prezesa Urzędu z dnia 30 września 2021 r., oraz 11 kwietnia 2022 r., k. 479, 1159-1160 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 8. k. 677 verte. akt adm. ,

Zawieszenie możliwości wypłaty środków z e-portfela nie oznaczało automatycznej blokady ww. środków w celach zakupów na (...).pl.

Ograniczenie możliwości kupowania przedmiotów na (...).pl było stosowane wobec konsumentów, którzy osiągnęli pułap kwotowy dla II lub III etapu procedury KYC ((...) euro lub (...) euro) i nie zakończyli ww. procedury pozytywnie w okresie 72 dni. Rozwiązanie to zostało wycofane w I połowie 2021 r.

Procedura weryfikacji tożsamości została wprowadzona przez spółkę w momencie rozpoczęcia oferowania na (...).pl usług zapewniających Ochronę Kupującego, tj. od 2 października 2019 r. Do zażądania dokumentów związanych z II

i III etapem procedury KYC, tj. kopii lub skanu dowodu osobistego, paszportu, prawa jazdy lub wyciągu bankowego doszło po raz pierwszy w dniu 21 stycznia 2020 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 18, k. 539 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 2-3, k. 674 verte-675 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 1 kwietnia 2022 r., str. 3, k. 1160 akt adm.,

zeznania świadka I. S. k. 417v-418.,

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Europejskiego Centrum Konsumenta wpływały liczne sygnały od konsumentów dotyczące wymagania od nich przedstawienia dodatkowych informacji dotyczących tożsamości. Poniżej przedstawiono przykładowe zgłoszenia:

- „Otrzymałam od kupujących potwierdzenie, że wszystko jest ok poprzez oczywiście aplikację (...) i na moim koncie (...) pojawiły się środki finansowe oczekujące. Pierwsza kwota którą otrzymałam – (...) przeszła do tzw. portfela i mogłam ja przelać na swoje konto. Niestety kolejne kwoty nie przeszły do portfela. Wtedy to otrzymałam wiadomość od (...), że dopóki nie prześlę im ksero dowodu osobistego oraz ksero wyciągów bankowych nie mogę przelać swoich pieniędzy na swoje konto bankowe (...)”

dowód: zgłoszenie konsumenta o numerze (...), załącznik do pisma Europejskiego Centrum

Konsumenta w Polsce z dnia 27 września 2021 r., k. 424-428) akt adm.

- „(...) Dokonałam sprzedaży butów na portalu (...). Niestety nie mogę się doprosić udostępnienia środków. Cały czas mają status oczekujący a Zespół (...) domaga się przesłania przeze mnie dowodu osobistego oraz wyciągu bankowego. (...) Dodatkowo wprowadzono mnie w błąd, twierdząc, że mogę dokonywać zakupów na (...) z uzyskanych środków a nie mogę ich przelewać na własne konto bankowe”

dowód: zgłoszenie konsumenta o numerze (...), załącznik do pisma Europejskiego Centrum

Konsumenta w Polsce z dnia 27 września 2021 r., k. 442 verte akt adm.

- „(...) Założyłam konto na platformie sprzedażowej (...).pl. W pewnym momencie środki zgromadzone w portfelu (...) za sprzedane rzeczy zostały zablokowane. Dostałam informację z (...), że z uwagi na dokonywanie płatności muszę potwierdzić swoją tożsamość wysyłając skan dowodu osobistego, paszportu lub prawa jazdy. (...) Czuję się oszukana i okradziona, ponieważ skoro taki dokument jest wymagany powinno to być już wymagane przy założeniu konta a nie dopiero po sprzedaży rzeczy. W ten sposób mam zablokowane(...)zł, których nie mogę wypłacić (...)”

dowód: zgłoszenie konsumenta o numerze (...), załącznik do pisma Europejskiego Centrum

Konsumenta w Polsce z dnia 27 września 2021 r., k. 447) akt adm.

- „(...)do wypłaty środków z konta wymagają nie tylko wyciągu z banku, ale na samym wyciągu musi być logo (!). Odmówiono mi wypłaty po tym jak na moim wyciągu logo nie było, ponieważ nie jest to po prostu w standardzie banku i nie musi być. Żeby móc wypłacić środki konieczne było potwierdzenie o posiadaniu konta (bo tam jest logo), które standardowo kosztuje (...) (...)”

dowód: zgłoszenie konsumenta z dnia 18 października 2021 r., numer (...), k. 1384 akt adm.

- „Przesłałam do (...) zarówno dowód osobisty (jedyne co ukryłam na zdjęciu to pesel oraz numer dowodu) oraz prawo jazdy, już z numerem dokumentu, ale bez numeru pesel. (...) odrzuca takie rozwiązanie. Zakładałam, że chodzi głównie o numer pesel. Sprzedałam towar, kupujący odebrali ubrania, nie zgłosili zarzutów, zwolnili zapłatę a (...)”

blokuje pieniądze. (...) Działanie (...) nie jest uczciwe. Nie zablokowali wypłat przed sprzedażą a po poprawnie odbytej sprzedaży”

dowód: zgłoszenie konsumenta z dnia 21 października 2021 r., numer (...), k. 1346 akt adm.,

- „(...) Wysłałam mój skan dowodu ale na skanie dowodu w celu ochrony dowodu napisałam z boku, że jest to „kopia”- odrzucono mi. Wysłałam ponownie napisałam z boku, że jest do „dla firmy (...) w celach weryfikacyjnych: - odrzucono mi. (...)

dowód: pismo konsumenta z dnia 9 marca 2022 r., numer (...) P, k. 1188-1187 akt adm.,

- „(...) podczas weryfikacji tożsamości, którą (...) narzuca swoim użytkownikom, wysłałam zdjęcie paszportu, lecz zamazałam 3 czy 4 liczby z mojego peselu, oraz mój podpis (dane wrażliwe). Weryfikacji oczywiście nie przesłałam, a środki na koncie zostały zablokowane. Napisałam w tej sprawie do (...), tam support odesłał mnie do (...) (firma obsługująca płatności (...)), a (...) odpisał, że nie mogą przekazać mi szczegółowych informacji dotyczących mojego konta i odesłali mnie do (...) (...)

dowód: zgłoszenie konsumenta z dnia 18 listopada 2021 r., numer (...), k. 1308 akt adm.

- „(...) Konto użytkownika oraz środki są blokowane dopiero po dokonanej transakcji sprzedaży kiedy to użytkownikowi zależy na odzyskaniu pieniędzy i prawdopodobnie zdecyduje się na przesłanie skanu dokumentów. (...) Brak możliwości usunięcia konta na (...) z powodu zablokowanych środków. Pomoc (...) pomimo próśb nie chce usunąć mojego konta. Zrobią to dopiero po przesłaniu przeze mnie dowodu osobistego do weryfikacji”.

dowód: korespondencja mailowa konsumenta z dnia 18 listopada 2021 r., numer (...), k. 1309 akt

adm.

- „[w] regulaminie nie ma nic o tym, że w przypadku braku zgody na przesłanie zdjęcia dowodu osobistego środki zostaną zablokowane. Powinnam być o tym poinformowana, gdybym miała taką wiedzę nie sprzedawałbym rzeczy w taki sposób. (...). Zawarłam na koncie (...) sporo danych dotyczących mojej osoby. Imię, nazwisko, adres zamieszkania, nr telefonu, nr konta bankowego. Uważam, że serwis (...) nie ma prawa żądać ode mnie zdjęcia dowodu osobistego, a tym bardziej zablokować moich pieniędzy. Są to pieniądze ze sprzedaży rzeczy, które były moją własnością.”

dowód: korespondencja mailowa konsumenta z dnia 24 marca 2021 r., numer (...), k. 488 akt adm.

- „(...) (...) przy podpisaniu umowy - założenia konta i tak żądało wielu danych np. imię i nazwisko, datę urodzenia, adres zamieszkania, numer konta bankowego, adres email, numer telefonu(...) Przecież to tylko zakupowo - sprzedażowa aplikacja internetowa, a żądają danych, które pozwalają na wiele nieuczciwych działań, ponadto żądają tych danych już po podpisaniu z nimi umowy i po zablokowaniu środków finansowych. Oczywiście jest, że gdyby żądali takich danych przy zakładaniu konta, 90% ludzi by się nie zgodziło na to.

(...) Regulamin nie warunkuje wypłaty pieniędzy żadnymi dodatkowymi poświadczeniami, zaświadczenia, czy weryfikacjami. Wiele konsumentów przed obawą utraty pieniędzy jest zmuszona do ujawnienia swoich danych, natomiast wielu nie chcąc „sprzedawać” swoich danych nie otrzymuje swoich pieniędzy (...) Są to nieuczciwe praktyki polegające na wykorzystaniu konsumenta w celu przetrzymywania lub konfiskowaniu ich środków finansowych oraz wyłudzeniu danych osobowych”

dowód: pismo konsumenta z dnia 19 lutego 2021 r., numer. (...) P, k. 491-492 akt adm.

- „Pomijam już kwestię tego, że blokada środków następuje nagle - nie znamy wcześniej tego magicznego limitu, nie jest on podawany na samym początku korzystania z opcji "kup teraz". A tak być powinno. Taka weryfikacja nie może też

być losowa! Od niej powinna się rozpoczynać możliwość przeprowadzania takich transakcji - czyli powinna dotyczyć wszystkich, bez względu na to czy sprzedadzą coś za 1zł czy za 3 tys. zł.”

dowód: korespondencja mailowa z dnia 2 listopada 2021 r., numer (...), k. 1318 akt adm.

- „Proszę o pomoc, zależy mi na odzyskaniu środków. Uważam, że owa spółka bezprawnie wyludza dane osobowe od ludzi, co może wiązać się w przyszłości z ogromnymi konsekwencjami dla konsumentów. Nie chronią danych osobowych we właściwy sposób, a przede wszystkim, nie mają prawa ich wymagać.”

dowód: zgłoszenie konsumenta o numerze (...), załącznik do pisma (...) Centrum (...) w Polsce z dnia 27 września 2021 r., k. 433 akt adm.

- „Sprawa wygląda tak że (...) zablokował mi te (...) zł na koncie i żąda ode mnie skanu dowodu osobistego prawa jazdy bądź paszportu. Uważam że to nierozsądne, a sam (...) zasłania się jakaś polityka i pułapem środków który nie jest nigdzie oznaczony”

dowód: korespondencja mailowa konsumenta z dnia 19 lutego 2022 r., numer

(...), k. 1264 akt adm.

- „(...) nie chce przelać mi moich środków z poprawnej transakcji bez weryfikacji danych osobowych (mam już zweryfikowane konta na (...), e-mailem i numerem telefonu, oraz wykonanymi transakcjami). (...) zapewniło że dane osobowe nigdzie nie wyciekają, jednak żyje w obawie że kiedyś moje dane zostaną przetworzone, użyte”

dowód: zgłoszenie konsumenta o numerze (...), załącznik do pisma Europejskiego Centrum

Konsumenta w Polsce z dnia 27 września 2021 r., k. 439 akt adm.

Do 21 kwietnia 2022 r. Regulamin (...) nie precyzował wprost, że sprzedawanie przedmiotów z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego oznacza konieczność aktywacji e-portfela, co wiąże się z przekazaniem danych takich jak: imię i nazwisko, data urodzenia oraz adres. W Regulaminie brak było ponadto informacji o tym, że użytkownicy e-portfela mogą podlegać dalszym etapom weryfikacji tożsamości, a co za tym idzie wypłacanie środków pieniężnych może wiązać się z dodatkowymi czynnościami, takimi jak przekazanie dokumentów potwierdzających tożsamość konsumenta.

Zgodnie z art. 6.5 Regulaminu (...):

Kwoty zapłacone przez Kupującego zostaną zatrzymane przez dostawcę usług płatniczych wybranego przez (...) w e-portfelu działającym jako rachunek zastrzeżony (rachunek escrow) do czasu zakończenia transakcji. Transakcja zostaje zakończona, gdy (...).

Po zakończeniu transakcji środki pieniężne zostaną niezwłocznie przekazane do e portfela Sprzedającego. Środki dostępne w e-portfelu Użytkownika mogą być w każdej chwili przelane na jego osobiste konto bankowe, bez żadnych opłat za przelew ani opłat a jakkolwiek kwotę.

Środki dostępne w e-portfelu mogą być wykorzystane do dokonywania zakupów na (...) od innych Użytkowników.

Na temat dodatkowych warunków korzystania ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki lub Zintegrowanej Usługi Płatności brak było mowy w definicji ww. usługi. Ww. informacja nie pojawia się także w art. 1.5 Regulaminu (...) odnoszącym się do procesu rejestracji w serwisie.

Zgodnie z art. 1.5 Regulaminu (...):

Rejestrując się na Witrynie, Użytkownik musi podać swoje pełne imię i nazwisko, nazwę użytkownika (pseudonim), adres e-mail i hasło (bezpośrednio lub za pośrednictwem profilu (...) lub (...)), w celu umożliwienia Witrynie identyfikacji Użytkownika za każdym razem, gdy korzysta z Witryny. Nawet jeśli podczas rejestracji na Witrynie Użytkownik podał swoje imię i nazwisko, inni Użytkownicy będą widzieć tylko nazwę (pseudonim) Użytkownika, która może różnić się od jego imienia i nazwiska. Dla celów bezpieczeństwa, (...) może zażądać udzielenia pewnych potwierdzeń w odniesieniu do twojego konta. Takie potwierdzenia mogą obejmować m.in. powiązanie twojego konta (...), (...) lub konta innej osoby trzeciej, potwierdzenie numeru telefonu, przedstawienie dowodu posiadacza karty, podanie unikalnego kodu PIN lub inne potwierdzenia, które (...) może wprowadzić według własnego uznania. Wszystkie dane gromadzone w wyniku takiego potwierdzenia będą przetwarzane zgodnie z naszą Polityką Prywatności, która jest częścią umowy pomiędzy (...) a Użytkownikiem.

Jednocześnie w rozdziale VI Regulaminu (...) konsument był informowany, że w celu skorzystania ze Zintegrowanej Usługi Płatności akceptował on postanowienia regulaminu stosowanego przez (...) – dostawcę usług płatniczych (dalej jako: „Regulamin (...)). W myśl Regulaminu (...) poprzez potwierdzenie zamówienia konsument zawierał z (...), bezpośrednią umowę. W art. 6.6 Regulaminu (...) zamieszczone zostały dwa hiperłącza (por. podkreślone wyrazy poniżej) odsyłające do strony (...) na której konsumentowi wyświetlana była treść Regulaminu (...) Dokument ten był sporządzony w języku angielskim i nosił nazwę „Terms and Conditions”.

Zgodnie z art. 6.6 Regulaminu (...):

(...) zleca zewnętrznemu dostawcy usług płatniczych (...) przetwarzanie płatności i przechowywanie informacji dotyczących karty kredytowej lub debetowej lub jakiegokolwiek innej oferowanej metody płatności. W celu uzyskania możliwości korzystania ze Zintegrowanej Usługi Płatności, Kupujący oświadcza, że akceptuje ogólne warunki korzystania tego dostawcy usług. Kupujący ponosi wyłączną odpowiedzialność za przekazywanie informacji związanych z kartą kredytową lub debetową, a (...) w pełnym zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy prawa niniejszym wyklucza wszelką odpowiedzialność. Dostawcą usług płatniczych jest (...), z którym Użytkownik zawiera bezpośrednią umowę poprzez potwierdzenie swojego zamówienia. (...) pomoże i wesprze swoich Użytkowników w korzystaniu z usług świadczonych przez (...) oraz zapewni bezpośrednią pomoc i umożliwi korzystanie z usług (...) (...) jest jedyną stroną uprawnioną do wydawania poleceń dostawcy usług płatniczych w celu przetwarzania płatności kwoty za Przedmiot na rzecz Sprzedającego, gdy tylko Kupujący potwierdzi (...), że otrzymał Przedmiot zgodnie z ofertą i jest w tym względzie usatysfakcjonowany lub istnieje domniemanie, że go otrzymał i zaakceptował. Aby uzyskać dodatkowe informacje, patrz punkt 8 poniżej.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja oraz 30 września

2021 r., 4 marca 2022 r., k. 419, 422, 721 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k.

775 905 akt adm.

Informacja o weryfikacji tożsamości nie znajdowała się w początkowym brzmieniu Polityki Prywatności (...) (wersje obowiązujące od 3 października 2019 r. do 24 kwietnia 2020 r.). Procedura KYC i związane z nią wymogi przekazania dodatkowych informacji celem weryfikacji tożsamości zostały uwzględnione w wersji dokumentu obowiązującej od 24 kwietnia 2020 r. (art. 2.5.7 Polityki Prywatności, potem art. 2.5.4 Polityki Prywatności).

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 marca 2022 r., str. 2, k. 764 wraz z załącznikiem 5, k. 1141-1143 akt adm.

Zgodnie Polityką prywatności obowiązującą na dzień 30 września 2021 r.:

2.5.7 Realizacja kontroli typu „znaj swojego klienta” (KYC) w Platformie .pl

Uwaga: niniejsza część dotyczy wyłącznie Platformy (...) w Polsce.

W przypadku, gdy kwota wpłaty lub wypłaty zbliżyć się będzie do określonego progu, (...) będzie prosić użytkownika o dostarczenie kopii paszportu, dowodu tożsamości lub prawa jazdy włącznie z tymczasowym prawem jazdy. W takich przypadkach (...) będzie gromadzić i przekazywać następujące dane do dostawców usług płatności, w celu umożliwienia (...) przeprowadzenia kontroli bezpieczeństwa (określanej jako „znaj swojego klienta”, KYC): Imię i nazwisko; Data urodzenia; Państwo; Adres.

Informacje podane w dostarczonym dokumencie (dokładna lista zależy od typu dokumentu): numer dokumentu, zdjęcie, płeć, obywatelstwo, data wydania, data ważności, miejsce urodzenia, kod identyfikacyjny, podpis, inne informacje podane w danym dokumencie.

Jako dodatkowy etap kontroli, (...) może również poprosić o zdjęcie/zrzut ekranu wyciągu z banku z listą transakcji w okresie jednego miesiąca. W tym przypadku (...) gromadzi następujące informacje na prośbę (...): Imię i nazwisko; Data urodzenia; Państwo; Adres.

Informacje widoczne na wyciągu: imię i nazwisko właściciela rachunku, historia transakcji (wpłaty, obciążenia, wypłaty) oraz inne informacje podane w danym wyciągu.

W postanowieniach Polityki Prywatności nie zostały wskazane wszystkie okoliczności, w których konsument może być wezwany do weryfikacji tożsamości. W art. 2.5.7 (po zmianach w art. 2.5.4) Polityki Prywatności znajduje się jedynie mowa o konieczności przekazania dodatkowych dokumentów na skutek przekroczenia progu transakcji dokonanych na (...), bez wskazania konkretnej kwoty.

Dowód: Polityka Prywatności stanowiąca załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja, 30 września

2021 r., 4 marca, 6 oraz 11 kwietnia 2022 r., k. 2, k. 419-422, 721, 1168, 1183 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 marca 2022 r., str. 2, k. 764 wraz z załącznikiem 5, k. 1141-1143 akt adm.

Informacje dotyczące procedury weryfikacji tożsamości spółka zamieszcza także w Centrum Pomocy Serwisu.

Przed wprowadzeniem zmian w dniu 24 marca 2022 r. wśród informacji zamieszczonych w Centrum Pomocy (m.in. strona o tytule Dlaczego prosimy o weryfikację tożsamości oraz strona o tytule „Aktywacja portfela (...)”) znajdowały się informacje analogiczne do tych, jakie konsument mógł znaleźć w Polityce Prywatności. Konsument nie mógł dowiedzieć się z Centrum Pomocy o tym, że e-portfel jest usługą świadczoną przez (...). Brak było także informacji na temat wysokości progów kwotowych, jakich przekroczenie wiąże się z koniecznością przejścia procedury KYC.

Dowód: pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 9, k. 530 akt adm.,

nagranie treści zawartych w Centrum Pomocy Serwisu stanowiące załącznik do protokołu Prezesa

Urzędu z dnia 7 lipca 2021 r. (utrwalona została m.in. strona (...)

prosimy-o-weryfikacje-tozsamosci), k. 20 akt adm.

Do 24 marca 2022 r., gdy kwota dotychczas dokonanych transakcji wynosiła (...) całkowitej wartości transakcji sprzedaży dokonanych na (...).pl ((...) euro oraz (...) euro), konsumenci otrzymywali od spółki informację o zbliżaniu się do progu transakcji. Do momentu osiągnięcia przez nich pełnej wartości ww. progów możliwość wypłacania środków pieniężnych z e-portfela pozostawała aktywna.

W kierowanej do konsumentów wiadomości spółka nie wskazywała wartości kwot granicznych, dla jakich rozpoczynana jest procedura weryfikacji tożsamości. Spółka nie informowała ponadto, że przekroczenie progu kwotowego będzie wiązało się z zawieszeniem możliwości wypłaty środków pieniężnych z e-portfela do momentu



pozytywnego przejścia procedury weryfikacji tożsamości, a jedynie odnosiła się do możliwości kupowania i sprzedawania na (...) .pl.

W marcu oraz kwietniu 2022 r. spółka wprowadziła zmiany w procedurach związanych z weryfikacją tożsamości oraz ze sposobem informowania konsumentów w tym zakresie.

W kwietniu 2022 r. spółka dokonała modyfikacji postanowień Regulaminu (...). Regulamin w nowym brzmieniu obowiązuje od 21 kwietnia 2022 r.

Wśród postanowień Regulaminu (...) znalazły się postanowienia objaśniające rolę dostawcy płatności (...) w dokonywaniu transakcji na (...) .pl, procedurę aktywacji e-portfela oraz procedurę weryfikacji tożsamości (procedura KYC).

W myśl art. 7.1 Regulaminu (...)

Umowa z (...) jest zawierana przez konsumenta w momencie aktywacji e-portfela poprzez akceptację regulaminu dostawcy płatności (...). Aby aktywować e-portfel konsument musi podać swoje imię i nazwisko, datę urodzenia, adres i numer telefonu (jeśli jest wymagany). Konsument jest proszony o dokonanie powyższego przy okazji pierwszej transakcji sprzedaży w Serwisie. Jeśli konsument nie aktywuje e portfela w ciągu 5 dni, sprzedaż zostanie anulowana.

Od 24 marca 2022 r. spółka wdrożyła zmiany w procesie aktywacji e-portfela. Od tej daty na etapie wypełniania formularza „Potwierdzenie danych”, tj. realizacji I etapu procedury KYC, konsumentom prezentowane są następujące informacje:

- Twój Portfel (...) jest zarządzany przez (...), naszego regulowanego dostawcę usług płatniczych. Aktywując swój Portfel (...), akceptujesz regulamin dostawcy usług płatniczych i wyrażasz zgodę na udostępnienie mu swoich danych.

- Po aktywacji Portfela (...) możesz zostać poddana/y standardowej procedurze weryfikacji tożsamości (tzw. Poznaj swojego klienta – (...)). Więcej informacji znajdziesz w naszym Centrum Pomocy.

W art. 7.2 Regulaminu (...) obowiązującego od 21 kwietnia 2022 r. zawarta jest ponadto informacja, że w przypadku osiągnięcia określonych przez (...) progów lub w przypadku podejrzenia oszustwa lub podejrzanego zachowania konsumenta, będzie on poddany weryfikacji tożsamości, co wiąże się z przekazaniem dokumentów takich jak: skan paszportu, dowodu tożsamości, prawa jazdy lub wyciągu z rachunku bankowego. Brak pozytywnego ukończenia ww. procedury będzie powodował brak możliwości wypłaty środków zgromadzonych na e portfelu.

## 7.2 Procedura ZSK.

Od momentu zatwierdzenia e-portfela (Saldo (...)) i założeniem e portfela (Saldo (...)), Użytkownicy podlegają procedurom regulacyjnym stosowanym przez Dostawcę Usług Płatniczych, takim jak weryfikacja tożsamości i inne wymogi procedury (...) ( (...)), jeżeli zostaną osiągnięte odpowiednie progi (ustalone przez Dostawcę Usług Płatniczych). Ponadto Dostawca Usług Płatniczych może także przeprowadzić procedurę ZSK wobec Użytkownika, który nie osiągnął określonych progów, jeżeli podejrzewa, że ten Użytkownik angażuje się w potencjalnie oszukańcze lub podejrzanе zachowania. Na potrzeby weryfikacji tożsamości Użytkownik może zostać poproszony o przekazanie dodatkowych informacji (takich jak skan paszportu, dowodu tożsamości, prawa jazdy lub wyciąg z rachunku bankowego) zgodnie z prośbą Dostawcy Usług Płatniczych. Jeżeli Użytkownik nie przestrzega wymagań ZSK, jego e-portfel (Saldo (...)) może zostać zawieszony, a Użytkownik nie będzie w stanie wypłacić środków, dopóki tożsamość Użytkownika nie zostanie potwierdzona. Dostawca Usług Płatniczych może również zawiesić możliwość dokonywania Transakcji przez Użytkownika. Jeżeli Użytkownik przesłał podrobiony lub nieprawdziwy dokument lub podjął jakiegokolwiek inne działania, a Dostawca Usług Płatniczych uzna Użytkownika za oszusta, Użytkownik nie będzie mógł ponownie poddać się procedurze ZSK i nie będzie mógł wypłacić środków ani uzyskać do nich dostępu.

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 16 -18, k. 681 verte – 682 verte akt adm.,

wraz z załącznikiem nr 3;

pismo Spółki z dnia 1 kwietnia 2022 r., str. 2-3; k. 1159 verte-1160 akt adm.,

korrespondencja mailowa Spółki z dnia 5 kwietnia 2022 r., k. 1162-1167 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 8 kwietnia 2022 r., k. 1174-1179 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 12 kwietnia 2022 r., k. 1381-1382 akt adm.,

Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022

r., k. 1183 akt adm.

W treści ww. postanowienia zawarte jest odesłanie do strony w Centrum Pomocy o tytule „Dlaczego możemy poprosić cię o kopię dokumentu tożsamości?”

((...)).

Informacje zawarte pod ww. adresem oraz pozostałe materiały dotyczące weryfikacji tożsamości znajdujące się w Centrum Pomocy zostały zaktualizowane przez spółkę 24 marca 2022 r. Po wprowadzonych zmianach w Centrum Pomocy znajduje się m.in. informacja o tym, że e-portfel jest usługą świadczoną przez dostawcę płatności – (...) Od 8 kwietnia 2022 r. w Centrum Pomocy znajduje się ponadto informacja o wysokości progów kwotowych decydujących o uruchomieniu II lub III etapu procedury weryfikacji tożsamości.

O konieczności przejścia weryfikacji tożsamości w przypadku przekroczenia progów kwotowych konsument jest informowany w wiadomości, w której znajduje się link odsyłający do kolejnych kroków procedury KYC. Od 24 marca 2022 r. podczas przekazywania dokumentów w celu potwierdzenia tożsamości konsumentom są informowani, czym jest ww. procedura i w oparciu o jaką podstawę prawną (przepisy dotyczące zapobiegania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu) jest stosowana. Konsumentowi przekazywane są także wskazówki dotyczące wymogów, jakie muszą spełniać dokumenty tożsamości potrzebne do ukończenia weryfikacji tożsamości. W formularzu, który wypełnia konsument wyświetlana jest następująca informacja: Potwierdzenie tożsamości jest przeprowadzane zgodnie z wymogami naszego dostawcy płatności (...). Dowiedz się więcej.

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 16-18, k. 681 verte – 682 verte akt adm.,

pismo Spółki z dnia 1 kwietnia 2022 r., str. 1-2, k. k. 1159 verte-1160 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 12 kwietnia 2022 r., str. 2; k. 1381 verte akt adm.,

korrespondencja Spółki z dnia 4 maja 2022 r., k. 1459 akt adm.

Spółka rozpoczęła akcję przekazywania dodatkowych powiadomień na adresy e-mail konsumentów oraz ich skrzynki (...) z przypomnieniem, że aby móc dokonywać wypłat środków pieniężnych konieczne jest przesłanie wymaganych dokumentów wraz z wyjaśnieniem, że jest to wymagane przez (...). Ww. informacja jest przekazywana tym z konsumentów, którzy na skutek praktyki nie zostali poinformowani o obowiązkach weryfikacyjnych w momencie rejestracji w Serwisie lub aktywacji e-portfela i do (...) nie przesłali dokumentów wymaganych w ramach procedury KYC lub którzy przesłali niepełne informacje w tym zakresie. W ramach ww. działań spółka stworzyła tymczasowy oddzielny kanał, w którym pracownicy odpowiadają na wszystkie pytania ww. użytkowników w związku z ww. procedurą oraz rozwiązują problemy z tym związane.

Dowód: pismo spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 16-18; k. 681 verte – 682 verte akt adm.,

wraz z załącznikiem nr 3, str. 1, k. 690.;

korrespondencja mailowa z dnia 1 kwietnia 2022 r., k. 1154 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 12 kwietnia 2022 r. , str. 2, k. 1381 verte akt adm.

Liczba konsumentów wzywanych przez (...) do przekazania informacji związanych z weryfikacją tożsamości (procedura KYC) była następująca:

<b><i>Wezwanie do przekazania określonych informacji lub dokumentów</i></b>	<b><i>Liczba użytkowników (...)pl wezwana do przekazania informacji i dokumentów w okresie od 1 kwietnia do 30 września 2021 r.</i></b>
---	---

informacje o tożsamości w celu aktywacji e#portfela	(...)
kopia dowodu osobistego, paszportu lub prawa jazdy	(...)
wyciąg bankowy	(...)
kopia dowodu osobistego, paszportu lub prawa jazdy oraz wyciąg bankowy	(...)

Dowód: pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 19, k. 540 akt adm.

Zgodnie z danymi aktualnymi na dzień 2 lipca 2021 r. w przypadku przekazania przez konsumentów dokumentów w ramach procedury weryfikacji tożsamości w zdecydowanej większości przypadków (...) podejmuje decyzję w ciągu mniej (...)

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2021 r., str. 13-14, k. 32 verte-33 akt administracyjnych.

Liczba użytkowników Serwisu, których e-portfele pozostawały zablokowane, co oznaczało, iż nie mogli wypłacić środków pieniężnych z e-portfela na rachunek bankowy, przedstawia się następująco.

<b><i>Stan na dzień</i></b>	<b><i>Liczba użytkowników (...)pl których e-portfel był zablokowany</i></b>
7 lipca 2021 r.	(...)
5 listopada 2021 r.	(...)
14 stycznia 2022 r.	(...)

Łączna wartość środków zablokowanych w e-portfelach konsumentów na dzień 5 listopada 2021 r. wynosiła około (...) zł, podczas gdy na dzień 14 stycznia 2022 r. kwota ta stanowiła (...) zł, co dotyczyło (...) użytkowników ((...) wszystkich użytkowników Serwisu).

Dowód: pismo Spółki z dnia 7 lipca 2021 r., str. 5, k. 78 akt adm;

pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 19, k. 540 akt adm.,

pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 6 oraz 16, k. 676 oraz k. 681 akt adm.

Liczba zgłoszeń, jakie wpłynęły do (...) w poszczególnych miesiącach 2021 r. w związku z procedurą weryfikacji tożsamości prezentuje się następująco.

<b>Miesiąc</b>	<b>Liczba zgłoszeń konsumentów, które wpłynęły do (...) w związku z procedurą weryfikacji tożsamości (konsument mógł składać więcej niż jedno zgłoszenie)</b>	<b>Liczba konsumentów, która skierowała do (...) zgłoszenia w związku z procedurą weryfikacji tożsamości</b>
styczeń 2021 r.	(...)	(...)
luty 2021 r.	(...)	(...)
marzec 2021 r.	(...)	(...)
kwiecień 2021 r.	(...)	(...)
maj 2021 r.	(...)	(...)
czerwiec 2021 r.	(...)	(...)
lipiec 2021 r.	(...)	(...)
sierpień 2021 r.	(...)	(...)
wrzesień 2021 r.	(...)	(...)

Dowód: pismo Spółki z dnia 7 lipca 2021 r., k. 74-80 akt adm.

pismo Spółki z dnia 5 listopada 2021 r., str. 21, k. 542 akt adm.

Aby dokonać zakupu na (...)pl, konsument musi wybrać produkt spośród przedmiotów prezentowanych w Serwisie. Konsument ma możliwość skorzystania z wyszukiwarki lub wybrania kategorii produktów, którymi jest zainteresowany, a następnie skorzystania z filtrów, w wyniku czego może zawęzić zakres wyświetlanych mu produktów (wybór rozmiaru, koloru, marki, ceny czy stanu produktu). Przedmioty wystawione na (...)pl są prezentowane w postaci kafelków zamieszczonych na stronie internetowej. Każdy kafelek zawiera zdjęcie danego przedmiotu, nazwę użytkownika sprzedającego, rozmiar, markę oraz cenę.

W podaną cenę nie jest wliczona opłata za wysyłkę ani opłata związana z Ochroną Kupującego. Opłata za Ochronę Kupującego wynosi (...)(...)ceny kupowanego przedmiotu.

Od 18 października 2021 r. przy cenie przedmiotu wyświetlanej pod kafelkiem zamieszczony jest szary symbol w postaci litery „i” w kółku.

Dowód: pismo Spółki z dnia 9 sierpnia 2021 r., k. 105-131 akt adm.;

nagranie stanowiące załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 30 września 2021 r.; 420 akt adm.;

nagranie stanowiące załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022 r., k. 1181 akt adm.

Wybierając konkretny przedmiot (zamieszczony w kafelku) z katalogu produktów wystawionych na (...)pl, konsument widzi stronę prezentującą szczegóły oferty – więcej zdjęć, opis sprzedającego, informacja o wysyłce - jej sposoby oraz cenę.

Na ww. stronie wyświetlana jest cena przedmiotu (ta sama, która jest zamieszczana pod kafelkiem w katalogu). Cena przedmiotu nie uwzględnia opłaty za Ochronę Kupującego.

Na omawianej stronie znajduje się ponadto informacja o Ochronie Kupującego. Do 18 października 2021 r. ww. informacja brzmiała następująco:

- w przypadku korzystania z Serwisu z wykorzystaniem aplikacji: Zostanie objęte naszą polityką zwrotów kosztów. Dowiedz się więcej o Ochronie Kupujących

- w przypadku korzystania z Serwisu z wykorzystaniem komputera: Zostań objęty Ochroną Kupujących (...) i korzystaj z naszej polityki zwrotów.

- opłata za ochronę kupujących (...) zł + (...) ceny przedmiotu

Po ww. dacie informacja ta została zmodyfikowana w następujący sposób:

- korzystanie z Serwisu z wykorzystaniem aplikacji i komputera: Każdy zakup dokonany przy użyciu przycisku „Kup teraz” jest objęty naszą Ochroną Kupujących podlegającą dodatkowej opłacie. W skład Ochrony Kupujących wchodzi nasza Polityka zwrotów.

- opłata za ochronę kupujących (...) zł + (...) ceny przedmiotu

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca 2022 r., k. 105-131 akt adm.;

nagranie stanowiące załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 30 września 2021 r.; 420; pismo

Spółki z dnia 5 listopada 2022 r., str. 17, k. 539 akt adm.;

nagranie stanowiące załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 11 kwietnia 2022 r., k. 1181 akt adm.

Na stronie prezentującej szczegóły przedmiotu konsument miał możliwość wybrania jednego z dwóch przycisków „Zapytaj o przedmiot” lub „Kup teraz” .

Wybierając przycisk „Kup teraz”, konsument był przekierowywany na stronę płatności, na której w cenę sprzedaży wliczona była automatycznie opłata za Ochronę Kupującego. Opłata ta była automatycznie wyliczana (na wcześniejszych etapach pojawia się jedynie informacja o sposobie jej obliczenia) i była prezentowana obok opłaty za przedmiot oraz opłaty za cenę wysyłki (konsument miał możliwość wyboru rodzaju wysyłki spośród dostępnych opcji). Konsument nie miał możliwości zrezygnowania z Ochrony Kupującego poprzez jej odznaczenie lub usunięcie.

Drugi z przycisków, jakie może wybrać konsument, to przycisk „Zapytaj o przedmiot”. Po jego wybraniu konsumentowi wyświetlana była strona, w ramach której mógł prowadzić konwersację ze sprzedającym. Aby to zrobić, konsument musiał skorzystać z opcji na dole ekranu i napisać wiadomość do sprzedającego. Konsument mógł także skorzystać z opcji wyświetlanych mu na górze strony – klikając w przycisk „Zaproponuj cenę” lub „Kup teraz”. Po wybraniu opcji „Zaproponuj cenę” konsumentowi prezentowana była plansza, w ramach której konsument mógł wpisać proponowaną cenę, a następnie wysłać ją do sprzedającego, rozpoczynając tym samym negocjacje ceny. Klikając przycisk „Kup teraz”, konsument był natomiast był przekierowywany do strony z płatnością.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca oraz 9 sierpnia 2021 r., k. 26-38 oraz 105-131 akt adm.;

nagrania stanowiące załączniki do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 30 września 2021 r., 11 kwietnia

2022 r., k. 420, k. 1181 akt adm.

Zgodnie z postanowieniami Regulaminu (...) obowiązującymi od 2 października 2019 r. do 21 kwietnia 2022 r. :

5.4 W przypadku, gdy Transakcja jest sprzedażą (a nie wymianą), Zintegrowana Usługa Płatności i Wysyłki jest automatycznie oferowana Kupującym. Jeżeli Kupujący wybierze Zintegrowaną Usługę Płatności i Wysyłki, uznaje się, że zaakceptował on ofertę Sprzedającego, gdy kliknie "Zapłać" na stronie płatności. Kupujący przyjmuje do wiadomości, że przyjęcie przez niego oferty zostało dokonane z uwzględnieniem opisu Przedmiotu, który jest przedmiotem sprzedaży, oraz że stanowi to wiążące zobowiązanie do zawarcia umowy ze Sprzedającym na warunkach oferty.

5.5 Kupujący może podjąć decyzję o niekorzystaniu ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki. W takim przypadku Kupujący i Sprzedający ponoszą wyłączną odpowiedzialność za organizację i konsekwencje Wysyłki Przedmiotu i nie mogą korzystać ze świadczonej przez (...) w tym zakresie pomocy.

8.2. Jeśli Kupujący nie korzysta z Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki:

8.2.1. W takim przypadku (...) nie pobiera żadnej opłaty, ale nie gwarantuje bezpieczeństwa płatności. (...) nie zapewnia wsparcia dla Kupującego lub Sprzedającego. Kupujący i Sprzedający są sami odpowiedzialni za prawidłowe przeprowadzenie Transakcji i powinni bezpośrednio negocjować wszystkie szczegóły Transakcji (np. warunki płatności, wysyłkę, warunki zwrotu Przedmiotu, zagubienie przesyłki, itp.).

9.5 W przypadku realizacji Transakcji bez Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki, Kupujący i Sprzedający muszą uzgodnić warunki płatności, tak jak opisano w pkt. 8.2.1 powyżej. (...) nie pobiera żadnej opłaty od Transakcji w tym przypadku.

11.5 W przypadku Transakcji dokonanej bez Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki oferowanej przez (...), gdy tylko Kupujący i Sprzedający uzgodnią Przedmiot i cenę, Sprzedający jest odpowiedzialny za dostarczenie Przedmiotu do Kupującego w odpowiedniej i należytej formie oraz w odpowiednim czasie. W każdym przypadku, jeżeli między Kupującym a Sprzedającym powstanie spór dotyczący dostawy Przedmiotu, Sprzedający musi udowodnić, że

Przedmiot został wysłany (np. może to być w formie numeru śledzenia przesyłki, faktury lub dokumentu od firmy kurierskiej).

11.6 W przypadku Transakcji dokonanej bez Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki oferowanej przez (...), Kupujący jest odpowiedzialny za zapłatę za zamówiony Przedmiot w odpowiedniej i należytej formie i w odpowiednim czasie, zgodnie z warunkami podanymi przez Sprzedającego lub zgodnie z warunkami uzgodnionymi w drodze wzajemnego porozumienia.

11.7. W przypadku Transakcji dokonanej bez Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki oferowanej przez (...), Użytkownik rozumie i akceptuje, że (...) nie ponosi odpowiedzialności za spory zaistniałe pomiędzy Kupującymi a Sprzedającymi, nie będzie udzielał wsparcia i nie będzie brał udziału w ich rozstrzygnięciu. Spory te mogą być rozstrzygane zgodnie z obowiązującym prawem lokalnym, chyba że strony postanowią w drodze wzajemnego porozumienia, że zastosowanie będzie miało prawo innego kraju.

Dowód: Regulamin (...) stanowiący załącznik do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 6 maja oraz 30 września 2021 r., 4 marca 2022 r., k. 419, 422, 721 akt adm.;

Regulamin (...) stanowiący załącznik do pisma Spółki z dnia 24 marca 2022 r., k. 775 – 905 akt adm.

Ww. postanowienia zostały zmodyfikowane w wyniku zmian wprowadzonych w Regulaminie (...) (nowa wersja obowiązuje od 21 kwietnia 2022 r.). Zgodnie z definicją zawartą w rozdziale I Regulaminu (...):

4. Ochrona Kupującego – oznacza usługę Ochrony Kupującego świadczoną przez (...) za opłatą (uiszczaną przez Kupujących) na rzecz Kupujących za każdy zakup dokonany za pomocą przycisku „Kup teraz” w Witrynie. Więcej szczegółowych informacji dotyczących Ochrony Kupujących znajduje się w punkcie 5;

4.1 Kupujący mogą kupować Przedmioty w Witrynie za pomocą przycisku „Kup teraz”. Ochrona Kupującego (...) ma zastosowanie za opłatą (dodatkowe informacje znajdują się w punkcie 5) do każdej Transakcji dokonanej przy użyciu przycisku „Kup teraz”. Po zakończeniu procesu Złożenia zamówienia, Kupujący stanie się stroną dwóch odrębnych umów: (...)

4.2 Zakupy dokonywane bez użycia przycisku „Kup teraz” dokonywane są na wyłączne ryzyko Użytkowników. (...) nie będzie oferować żadnych usług objętych Ochroną Kupującego w odniesieniu do takich transakcji. W zakresie dozwolonym przez prawo, (...) nie ponosi odpowiedzialności i zrzeka się wszelkiej odpowiedzialności wynikającej z lub związanej z zakupami dokonywanymi poza Witryną. Dla bezpieczeństwa Użytkownika i zawieranych przez niego transakcji rekomendujemy dokonywanie Transakcji za pomocą przycisku „Kup teraz” i nie dokonywania transakcji poza Witryną.

Dowód: Regulamin stanowiący załącznik do protokołu Prezesa Urzędu z dnia 6 oraz 11 kwietnia 2022 r., 1168, 1183 akt adm.;

nagranie stanowiące załącznik do protokołu z dnia 11 kwietnia 2022 r., k. 1181akt adm.

Aby skorzystać z Ochrony Kupującego konsument musi wybrać przycisk „Kup teraz” zamieszczony bezpośrednio na stronie prezentującej szczegóły przedmiotu. Wybranie ww. przycisku jest możliwe także z poziomu konwersacji prowadzonej między użytkownikami z wykorzystaniem przycisku „Zapytaj o przedmiot”. Na każdym etapie konwersacji, nad jej treścią, widoczny jest bowiem przycisk „Kup teraz”.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 lipca oraz 9 sierpnia 2021 r., k. 26-38 oraz 105-131 akt adm.;

nagrania stanowiące załączniki do protokołów Prezesa Urzędu z dnia 30 września 2021 r., 11 kwietnia

2022 r., k. 420, k. 1181 akt adm.

Liczba transakcji dokonanych na (...)pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego i liczba zakończonych ofert bez wykorzystania usług zapewniających Ochronę Kupującego prezentowała się następująco:

<b>Rok</b>	<b>Liczba transakcji dokonanych na (...)pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego</b>	<b>Liczba zakończonych ofert bez wykorzystania usług zapewniających Ochronę Kupującego</b>
2020	(...)	(...)
2021	(...)	(...)

Wysokość obrotu, jaki (...) osiągnęła w związku z ogólną działalnością spółki; obrotu jaki Spółka osiągnęła w związku z działalnością polskiej wersji serwisu (...)pl oraz przychodu osiągniętego przez (...) w związku ze świadczeniem usług zapewniających Ochronę Kupującego w serwisie (...)pl., prezentowała się następująco:

<b>Rok</b>	<b>Obrót Spółki ogółem (w związku z działalnością serwisów na różnych rynkach)</b>	<b>Obrót Spółki w związku z działalnością serwisu (...)pl</b>	<b>Przychody Spółki z tytułu świadczenia usług zapewniających Ochronę Kupującego w serwisie (...)pl</b>
2020	(...)euro	(...) zł	(...) zł
2021	(...)	(...) zł	(...) zł

Dowód: pismo Spółki z dnia 24 stycznia 2022 r., str. 3-5, k. 675-676 akt adm.;

pismo Spółki z dnia 24 marca 2022 r., str. 6, k. 768 akt adm..

Powyższy stan faktyczny Sąd ustalił przede wszystkim w oparciu o dokumenty zgromadzone w aktach administracyjnych, mając na uwadze normę art. 229 i 230 k.p.c. Dla rozstrzygnięcia znaczenie miały także zeznania przesłuchanych świadków, którym to zeznaniom – przy odniesieniu do pozostałego materiału dowodowego - Sąd dał wiarę.

**Sąd Okręgowy – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:**

#### **Zarzuty dotyczące pkt I.1. decyzji**

Zarzut 1. odwołania tj. naruszenie art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.



Zarzut ten odnosił się do niewłaściwego – zadaniem strony odwołującej – zastosowania i błędnego ustalenia, że działanie, polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów na platformie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z weryfikacją ich tożsamości dla celów przepisów o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu (co Prezes UOKiK określa w sentencji Decyzji mianem „dodatкового warunku”), stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Strona odwołująca podnosiła m.in., że:

- nie pomijała istotnych informacji dotyczących wymogów w zakresie potwierdzenia tożsamości i informowała konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów na platformie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z weryfikacją ich tożsamości przez dostawcę usług płatniczych, a konsumenci mieli możliwość zapoznania się ze wskazanymi informacjami przed zawarciem umowy,
- nawet jeśli pominięto by takie informacje, to zaniechanie to nie spowodowałoby ani nie mogło spowodować zniekształcenia decyzji przeciętnego konsumenta co do zawarcia umowy.

Oceniając przytoczony zarzut Sąd w pierwszej kolejności ustalił, że sprawie bezspornym było, że strona odwołująca dostarcza konsumentom narzędzie cyfrowe służące interakcji pomiędzy podmiotami trzecimi. Jest to internetowa platforma sprzedażowa, przede wszystkim koncentrująca się na handlu odzieżą używaną. Umowy sprzedaży zawierane są bezpośrednio pomiędzy użytkownikami platformy internetowej. Wymiana związanych ze sprzedażą środków płatniczych i obsługa tego procesu, stanowi regulowaną działalność w zakresie usług płatniczych. (...) nie posiada wymaganego prawem zezwolenie na świadczenie takich usług, wobec tego m.in. płatności elektronicznymi instrumentami płatniczymi, świadczy podmiot trzeci tj. (...)

Rację ma strona odwołująca wskazując, że usługi płatnicze mają w odniesieniu do tych świadczonych przez (...), charakter zewnętrzny. (...) działa w stosunku do sprzedających we własnym imieniu i na własną rzecz. Oceny tej z prawnego punktu widzenia nie zmieniają przyjęte w „Regulaminie korzystania z platformy (...)” (dalej Regulamin) określenia tj. „Zintegrowana Usługa Płatności i Wysyłki” i „Zintegrowana Usługa Płatności”. Samo posłużenie się przywołanymi pojęciami nie może przesądzać o tym, że mamy do czynienia z usługami własnymi spółki. Podobnie wpływu na ocenę zaistniałych stosunków prawnych nie mają zarzuty dotyczące rozwiązania, że akceptacja Regulaminu skutkuje zawarciem przez użytkowników umowy z podmiotem trzecim. Oczywiście określone zwroty Regulaminu i funkcjonalności platformy mogły prowadzić do odmiennego wrażenia u konsumentów (o czym w dalszej części uzasadnienia), ale nie mogły wpływać na ocenę prawną zaistniałych stosunków umownych. W tym kontekście słuszne jest zapatrywanie, że należy dokonać separacji usług dotyczących platformy sprzedażowej od usług płatniczych, co skutkuje powstaniem dwóch niezależnych stosunków prawnych, których stroną jest odpowiednio (...) lub (...) Usługi dotyczące rozliczeń zapewniane są przez drugi ze wskazanych podmiotów, który działa we własnym imieniu i na własną rzecz.

Odrębną problematyką jest natomiast istnienie oraz zakres obowiązków informacyjnych, jakie w związku z usługami dostarczonymi przez podmiot trzeci, spoczywały na (...).

Analizując argumenty uczestników postępowania, Sąd z jednej strony przychylił do poglądu odwołującej, że do oceny prawidłowości wykonywania takich obowiązków informacyjnych należy podchodzić odmiennie, niż do oceny obowiązków związanych z usługami własnymi. Z drugiej strony sam fakt, że usługa świadczona jest przez podmiot trzeci nie przesądza o daleko idących – jakby tego chciała odwołująca - ograniczeniach z tego tytułu. Usługi sprzedażowe i płatnicze, z uwagi na przewidziane zasady funkcjonowania platformy, chociaż prawnie skutkują zawarciem odrębnych umów, były ze sobą immanentnie powiązane. O takim połączeniu zadecydowała natomiast sama (...) udostępniając wspomnianą już wyżej „Zintegrowaną Usługę Płatności i Wysyłki” (usługa ułatwiająca i zabezpieczająca płatność i dostawę Przedmiotu, gdy transakcja stanowi umowę sprzedaży) oraz „Zintegrowaną Usługę Płatności” (usługa płatności online za przedmioty dostępną dla kupującego na witrynie). Obie te usługi

powiązane były z tzw. "Ochroną Kupującego" i zgodnie z Regulaminem serwisu, ale także twierdzeniami samej strony, nie było możliwości zrezygnowania z jednej z tych usług tj. Zintegrowanej Usługi Płatności. Oznacza to, że o ile usługobiorca nie musiał korzystać z wysyłki i dostaw świadczonych przez jednego z partnerów (...), to rezygnacja nie była dostępna w odniesieniu do usługi płatności. Taki model działania narzuciła spółka odwołująca. Dlatego też uwzględniając obligatoryjność korzystania przez konsumentów z usług płatniczych dostarczanych przez (...), można przyjąć że miały one charakter uzupełniający w stosunku do usług (...), pozwalający odwołującej działać w przyjętym modelu biznesowym. Powszechnie zresztą jest zapatrywanie, że internetowe usługi płatnicze są ze swej natury pomocnicze dla transakcji w zakresie dostarczania towarów i świadczenia usług na rzecz zainteresowanych konsumentów w (zob. motyw 11 rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego z dnia 20 czerwca 2019 r. (Dz.Urz.U.E.L Nr 186, str. 57). Tak też Sąd ocenił działalność (...), której głównym przedmiotem jest umożliwienie podmiotom trzecim oferowanie do sprzedaży oraz zakup odzieży w warunkach ochrony, z równoczesną obsługą płatności internetowych. Platforma internetowa w swym założeniu nie służy przeto do nawiązania kontaktów, ale do zawarcia umowy sprzedaży gwarantującej określoną ochronę stronie kupującej m.in. w związku z zapłatą ceny. Konsekwencją przyjętej koncepcji działalności odwołującej jest natomiast to, że nie można jej oceniać w całkowitym oderwaniu od zakresu usług płatniczych. Nerozerwalne powiązanie usług świadczonych przez (...) z usługą płatności powoduje z kolei, że nie można przyjmować całkowitej separacji obowiązków informacyjnych każdego z podmiotów zapewniających usługę określonego rodzaju. W szczególności, że z Regulaminu wynikało, że to właśnie (...) dokonywała wyboru dostawcy usług płatniczych, i to odwołująca zlecała temu zewnętrznemu dostawcy usług przetwarzanie płatności. Co więcej dopiero spełnienie wszystkich wymagań określonych w Regulaminie przez (...), mogło umożliwić wypłatę lub przelanie środków zgromadzonych w e-portfelu przez sprzedającego. Jak bowiem wskazano w jego pkt 6.5. transakcja zostaje zakończona, gdy kupujący potwierdzi, że zakupiony przez niego przedmiot spełnia warunki oferty lub po upływie czasu do tzw. otwarcia sporu lub po jego rozstrzygnięciu. Po takim zakończeniu transakcji środki pieniężne powinny zostać przekazane do e-portfela sprzedającego. Dopiero wówczas sprzedający mógł dokonać wspomnianej wpłaty. W pkt 6.6. Regulaminu wskazano nadto, że (...) jest jedyną stroną uprawnioną do wydawania poleceń dostawcy usług płatniczych w celu przetwarzania płatności kwoty za Przedmiot na rzecz Sprzedającego.

Zdaniem Sądu opisany wyżej model działania serwisu oraz nerozerwalne powiązanie usług świadczonych przez stronę z usługami płatniczymi, nie pozwalają podzielić twierdzeń (...), iż spółka nie była obowiązana do przekazywania żadnych informacji o usługach świadczonych przez (...) Całkowicie słuszne jest założenie Prezesa Urzędu, że w ocenie przeciętnego konsumenta usługi te były ze sobą powiązane, i mogły być uznawane przez niego za integralną całość. Tym bardziej w kontekście braków informacyjnych, do czego Sąd odniesie się także w dalszej części uzasadnienia. Dlatego też nie można wymagać, aby konsument obowiązany było do poszukiwania podstawowych informacji o działalności dostawcy usług płatniczych poza serwisem (...).pl.

Praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisaną w pkt I.1. decyzji stanowiło nieinformowanie w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez konsumentów środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...).pl może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków, co naruszało art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. 2017 poz. 2070, dalej ustawa o p.n.p.r.). Jak wskazał Prezes Urzędu w uzasadnieniu decyzji, w przypadku sprzedaży przedmiotów z wykorzystaniem Zintegrowanej Usługi Płatności wypłata środków pieniężnych była uzależniona od podania przez konsumenta informacji o jego tożsamości (etap pierwszy procedury KYC – podanie informacji w celu aktywacji e-portfela) oraz mogło być uzależnione od przekazania przez konsumenta dokumentów potwierdzających jego tożsamość (etap drugi oraz trzeci procedury KYC – przekazanie dokumentów w celu dalszego korzystania z e-portfela). W ocenie Prezesa informację o warunkach, na jakich konsumenci mogą otrzymywać środki pieniężne należy uznać za istotną dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Brak spełnienia w/w warunków jest związany z brakiem możliwości wypłaty środków pieniężnych, a w konsekwencji ich faktyczną utratą, co wpływa na sytuację ekonomiczną konsumenta.

Jak stanowi przywołany art. 6 ust. 1 ustawy o p.n.p.r. 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. W myśl ust. 2 przepisu w razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów.

Przywołany przepis pozwala dokonać podziału określonych w nim informacji na takie, co do których obowiązek wynika z przepisów szczególnych, oraz takie co do których obowiązek ten nie musi wynikać z przepisów odrębnych, ale powiązany jest z samą cechą „istotności informacji” dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Zaniechanie należy tu przeciwstawić działaniu, którego obowiązek może mieć źródło w przepisach prawa, umowach, zasadach współżycia społecznego, dobrych praktykach itp. Kwalifikacja informacji istotnych odbywać musi się zatem każdorazowo w oparciu o określony stan faktyczny. Na przedsiębiorcy ogólnie ciąży jednak obowiązek przekazania konsumentowi wszystkich istotnych informacji potrzebnych przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, który nie jest ograniczony do informacji wymienionych w bezwzględnie obowiązujących przepisach prawa.

Tym samym aby stwierdzić po stronie przedsiębiorcy zaniechanie wprowadzające w błąd konsumenta, konieczne jest ustalenie źródła obowiązku informacyjnego, którym może być przepis powszechnie obowiązującego prawa (co wynika wprost z art. 6 ust. 2 ustawy), zasady deontologii zawodowej w przypadku zawodów zaufania publicznego, sama umowa między przedsiębiorcą a konsumentem (zob. R. Stefanicki, uwaga nr 1 do art. 6, w: tenże, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Warszawa 2009, LEX), a także - jeśli przepis tak stanowi - dobry obyczaj (tak Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 19 listopada 2019 r. sygn. akt I NSK 90/18, opubl. Legalis nr 2277388). Przyjmuje się nawet, iż w praktyce źródłem wiedzy o obowiązkach informacyjnych może być orzecznictwo sądowe. Normatywnym punktem odniesienia pozostają jednak przepisy prawa nakładające na podmioty prawa obowiązki ograniczające swobodę działalności gospodarczej (uchwała składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z 9 lipca 2019 r., I NSZP 1/19, opubl. OSNKN 2020 nr 2, poz. 12, str. 91, Legalis nr 1967690).

Z kolei dokonując oceny istotności określonych informacji uwzględnić należy wszystkie elementy oraz okoliczności związane z występowaniem danego produktu na rynku. Chodzi o takie informacje, które są niezbędne do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji i tym samym powodują lub mogą powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął (zob. art. 7 ust. 1 dyrektywa 2005/29/we Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady ("Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych"). Istotne są informacje, które pozwalają dokonać racjonalnego wyboru. Stąd też zarówno zatajenie przekazania informacji, jak i podanie informacji w sposób dwuznaczny, niezrozumiały czy też w nieodpowiednim czasie, mieści się w zakresie tego pojęcia (tak Oleksiewicz Izabela, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, opublikowano: LexisNexis 2013 przy art. 6 przypis 115).

Podsumowując, na gruncie omawianej sprawy, źródła obowiązku udzielenia konsumentowi informacji należało poszukiwać z obowiązujących przepisach prawa, lub wyprowadzić je z samej ich „istotności”.

W decyzji Prezesa Urzędu jako podstawę obowiązku informacyjnego wskazano art. 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r. (Dz.U. z 2014 r. poz. 827), przywołując, iż zgodnie z jego brzmieniem w przypadku zawarcia umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia (...). W ocenie Prezesa wykonanie świadczenia w postaci przekazania środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów należy traktować jako podstawowe uprawnienie sprzedającego, a w przypadku wybrania przez kupującego zakupu z wykorzystaniem Usług Zintegrowanych, jest to obowiązek (...). Do głównych

cech świadczenia należy natomiast zaliczyć to, w jaki sposób zostanie ono spełnione, tj. w jaki sposób i po spełnieniu jakich wymogów konsument otrzyma należną mu kwotę.

Strona odwołująca nie zgodziła się z tym stanowiskiem wskazując, że usługa płatnicza nie jest świadczona przez (...), a przez (...) Natomiast przywołany art. 12 ustawy o prawach konsumenta dotyczy zasadniczo własnych świadczeń podmiotu, od którego oczekujemy spełnienia wskazanych w nim obowiązków informacyjnych. Ponadto procedury weryfikacyjne nie stanowią głównej cechy świadczenia. Weryfikacja tożsamości on line nie ma nic wspólnego z głównymi cechami świadczenia składającego się na usługę e-portfela.

Wobec przedstawionych stanowisk stron Sąd w pierwszej kolejności wskazuje, że ustawa o prawach konsumenta stanowi implementację dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/ue z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę rady 93/13/ewg i dyrektywę 1999/44/we parlamentu europejskiego i rady oraz uchylająca dyrektywę rady 85/577/ewg i dyrektywę 97/7/we parlamentu europejskiego i rady z dnia 25 października 2011 r. (Dz.Urz.U.E.L Nr 304, str. 64). Dyrektywa ta odnosi się do obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcy względem konsumenta, zanim ten zostanie związany umową. W art. 2 pkt 2 dyrektywy zdefiniowano pojęcie przedsiębiorcy, przyjmując że jest nim każda osoba fizyczna lub każda osoba prawna, niezależnie od tego, czy jest to podmiot publiczny czy prywatny, która działa - w tym również za pośrednictwem każdej innej osoby działającej w jej imieniu lub na jej rzecz - w celach związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu, w związku z umowami objętymi zakresem niniejszej dyrektywy. Na gruncie tegoż przepisu przyjmuje się szerokie rozumienie pojęcia przedsiębiorcy. Dla przykładu w wyroku Trybunału Sprawiedliwości z dnia 24 lutego 2022 r. C-536/20 (...) przeciwko M.Š., opubl. MoP 2022 nr 7, str. 337) wskazano, że przedsiębiorcą jest nie tylko osoba fizyczna lub prawna działająca w celach związanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu w związku z umowami objętymi zakresem tej dyrektywy, lecz również osoba fizyczna lub prawna działająca w charakterze pośrednika, w imieniu lub na rzecz tego przedsiębiorcy. (...) Taka szeroka wykładnia uwzględnia cele określone w art. 1 dyrektywy. Zgodnie z jej art. 6 ust. 1 przed zawarciem umowy przedsiębiorca musi udzielić konsumentowi w jasny i zrozumiały sposób szeregu informacji. Przepis ten ma na celu zapewnienie przekazania konsumentowi przed zawarciem umowy, zarówno informacji o warunkach umowy i konsekwencjach jej zawarcia, które mają umożliwić mu podjęcie decyzji, czy zamierza związać się umową z przedsiębiorcą, jak również informacji koniecznych do należytego wykonania tej umowy, a w szczególności w odniesieniu do wykonywania praw konsumenta (wyr. Trybunału Sprawiedliwości z dnia 10 lipca 2019 r., (...), C-649/17, Legalis, EU:C:2019:576, pkt 43).

Uwzględniając przywołane założenie pojęcia przedsiębiorcy, oraz przywołane cele dyrektywy zakładające osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, zdaniem Sądu zasadnym jest przyjęcie, że określone obowiązki informacyjne dotyczące usług płatniczych spoczywały również na (...). Konieczność szerokiej interpretacji pojęcia przedsiębiorcy, w połączeniu z okolicznościami rozpoznawanej sprawy tj. tym, że sprzedaż za pośrednictwem platformy odbywała się w warunkach Ochrony Kupującego (o tym szczegółowo w dalszej części uzasadnienia), że to (...) dokonała wyboru dostawcy usług płatniczych, narzuciła konsumentom korzystanie z tych usług, a w swoim Regulaminie częściowo określiła zasady związane z wypłatą środków pieniężnych, powoduje że odwołująca nie może całkowicie abstrahować od obowiązków informacyjnych związanych z usługami płatniczymi. Nie może zasłaniać się twierdzeniem, że usługi płatnicze nie są jej świadczeniem, a w konsekwencji nie ma obowiązku informacyjnego z nimi związanego. Skoro serwis prowadzony przez stronę wymaga od użytkowników korzystania z usług płatniczych świadczonych przez podmiot przezeń narzucony i to na warunkach określonych przez (...), to spółka ta ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o głównych cechach tegoż świadczenia. W tym wypadku przenikanie się oferty (...) z usługą płatniczą powoduje, że w zakresie obowiązków informacyjnych nie można było abstrahować od zasad związanych z dostępem do środków pieniężnych uzyskanych ze sprzedaży. Dotyczy to przy tym wszystkim warunków ograniczających uzyskanie tych środków, a więc zarówno tych wynikających z zasad określonych Ochroną kupującego, jak i narzuconych już bezpośrednio przez dostawcę usługi płatniczej.

Powyższe ustalenie determinowało konieczność określenia głównych cech świadczenia w odniesieniu do ocenianych w sprawie usług. Strona odwołująca wskazywała, że za takie nie można uznać procedur weryfikacyjnych, gdyż jest

to nie do pogodzenia z samą definicją świadczenia, którym jest określone zachowanie dłużnika zgodne z treścią zobowiązania i czyniące zadość interesowi wierzyciela (nb. 29 odwołania). Świadczenie usług płatniczych polega m.in. na umożliwieniu przyjmowania wpłat i dokonywaniu wypłat z rachunku płatniczego oraz umożliwieniu wykonywania transakcji płatniczych, a weryfikacja związanych z tym usług jest obowiązkiem, od spełniania którego to dostawca usług płatniczych uzależnia własne świadczenie.

Zakres cech świadczenia, które można uznać za główne wyznacza przedmiot świadczenia, jego istota i charakterystyka, przy czym ich ocena powinna następować przez pryzmat konsumenta ( zob. Lubasz Dominik (red.), Namysłowska Monika (red.), Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz Opublikowano: WK 2015). Informacja o głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia niezbędna jest, aby konsument wiedział, co jest przedmiotem umowy i jakie są istotne właściwości świadczenia, czyli takie cechy, jakie wpływają na sposób korzystania z niego ( tak Ustawa o prawach konsumenta, fragment: Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz, red. dr Berenika Kaczmarek-Templin, prof. UO dr hab. Piotr Stec, prof. UO dr hab. Dariusz Szostek, 2014, system Legalis ). W szczególności konsumentom należy przekazywać informację o wszystkich cechach produktu i warunkach ograniczających, których przeciętny konsument nie spodziewa się w przypadku danej kategorii lub danego rodzaju towaru lub usługi, ponieważ istnieje szczególne prawdopodobieństwo, że wpłyną one na decyzje konsumentów dotyczące transakcji ( zob. wytyczne 3.2.1. zawiadomienie Komisji wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy parlamentu europejskiego i rady 2011/83/ue w sprawie praw konsumentów 2021/C 525/01 z dnia 29 grudnia 2021 r. Dz.Urz.UE.C Nr 525, str. 1).

Głównym świadczeniem (...) było umożliwienie zakupu produktów z drugiej ręki przy jednoczesnym zapewnieniu Ochrony Kupującego. W ramach tej ochrony (...) zapewniała kupującemu zwrot pieniędzy, gdy zakupiony przedmiot nie zostanie wysłany, dotrze uszkodzony lub będzie niezgodny z opisem zamieszczonym w serwisie, a także zapewniała dokonanie zapłaty bez konieczności udostępnienia danych sprzedającemu. Przyjęty model Ochrony Kupującego stanowił główny aspekt działalności odwołującej, na co w swych zeznaniach wskazywali przesłuchiwani świadkowie ( vide zeznania O. S. k. 414, A. B. k. 416). Okoliczność ta została przyznana także w odwołaniu, przez wskazanie, że centralnym elementem oferty jest możliwość sprzedaży przedmiotów używanych pomiędzy konsumentami w warunkach ochrony zarówno stron transakcji, wysyłki przedmiotu, jak i płatności ( vide nb. 33 odwołania). Ochronę Kupującego zapewniał z kolei e-portfel, który działał jako rachunek zastrzeżony do czasu zakończenia transakcji. Obrót środkami uzyskanymi z tytułu sprzedaży był ściśle powiązany z zasadami Ochrony Kupującego. Środki te były zatrzymywane w e-portfelu (rachunek escrow) do czasu zakończenia transakcji tj. gdy kupujący potwierdzi, że zakupiony przez niego przedmiot spełnia warunki oferty lub po upływie czasu do tzw. otwarcia sporu. Dopiero po takim zakończeniu transakcji środki były przekazywane do e-portfela sprzedającego i dopiero wówczas ten mógł dokonać ich przelania na osobiste konto bankowe lub wykorzystać do dokonania zakupów na (...) .pl od innych użytkowników. Tym samym zasady związane z przekazaniem środków pieniężnych do e-portfela sprzedającego oraz dysponowaniem nimi przez sprzedającego zostały ściśle określone przez (...). W konsekwencji nie można dokonać ostrego odróżnienia usług świadczonych przez (...) i dostawcy usług płatniczych. Nie można przyjąć, że spółka oferuje jedynie funkcjonalności, narzędzia i inne rozwiązania, które integrują poszczególne usługi świadczone przez inne podmioty ( nb. 10 pisma odwołującej z dnia 17 marca 2023 r.). Działalność (...) opierała się na dostarczeniu narzędzia służącego do sprzedaży odzieży używanej na zasadach określonych w jej Regulaminie. A to właśnie ten Regulamin określał, że sprzedaż dokonywana jest z tzw. Ochroną Kupującego, z czym wiążą się określone ograniczenia związane z uzyskaniem środków ze sprzedaży. To nie podmiot zewnętrzny świadczący usługi płatności określał zasady przekazywania środków pieniężnych do e-portfela sprzedającego. Oczywiście nie uzasadnia to twierdzenia, że usługi płatności stanowią usługi własne (...), ale wskazuje na ściśle powiązanie tych usług z usługami świadczonymi przez tę spółkę. Co więcej, przyjmując model działania platformy, który oparty jest przede wszystkim na Ochronie Kupującego, należy przyjąć że usługi płatnicze świadczone przez (...) mają tu charakter pomocniczy, techniczny. Nie mamy przy tym do czynienia jedynie z umożliwieniem użytkownikom serwisu korzystania z usług świadczonych przez podmiot trzeci, ale z pewnego rodzaju ingerencją w zakres i zasady tych usług. Przyjęty przez odwołującą model sprzedaży przewidywał bowiem zatrzymanie środków pieniężnych na rachunku escrow oraz ustalał podstawy ich przekazania do e-portfela sprzedającego. Co więcej w Regulaminie wprost określono, że to (...) jest jedyną stroną uprawnioną do wydawania

poleceń dostawcy usług płatniczych w celu przetwarzania płatności kwoty za przedmiot na rzecz sprzedającego. Dlatego też zdaniem Sądu, wbrew zapatrywaniu odwołującej, zasady związane z wypłatą środków zgromadzonych w e-portfelu, mają podstawowe znaczenie. Stanowią one fundament zasadności działania serwisu, którego celem jest sprzedaż towarów, a co za tym idzie uzyskanie środków pieniężnych tytułem ceny. Skoro więc jak podaje odwołująca centralnym elementem jej oferty jest możliwość sprzedaży rzeczy używanych pomiędzy konsumentami, to z ofertą jest z natury rzeczy związana problematyka uzyskania środków z tytułu tej sprzedaży. Dlatego też procedura pozyskania tych środków przez sprzedających stanowi zdaniem Sądu główną cechą świadczenia w rozumieniu art. 12 ustawy o prawach konsumenta. Niewątpliwie przy zapewnieniu narzędzia umożliwiającego sprzedaż przez Internet, przy dodatkowym określeniu warunków związanych z uzyskaniem środków z tej sprzedaży, informacją dotyczącą jednej z głównych cech świadczenia, jest ta związana z zasadami wypłaty środków. Nie mamy bowiem w takim wypadku do czynienia jedynie z umożliwieniem korzystania z usług płatniczych, ale z wkroczeniem w zakres tych usług. To zaś musi skutkować zwiększonymi obowiązkami informacyjnymi. Ustalone powiązania przekładają się bowiem na ocenę konsumenta związaną z zakresem usług świadczonych przez (...). Sąd w pełni przychylił się w tym zakresie do twierdzenia Prezesa Urzędu, że nie można marginalizować znaczenia świadomości konsumenta. To na interfejsie platformy (...).pl sprzedający widział zapis liczbowy odpowiadający ilości zgromadzonych środków ze sprzedaży, wydawał dyspozycję przelewu na tej platformie (nie był przekierowywany poza interfejs witryny), a także za pośrednictwem (...) przeprowadzany był cały proces weryfikacji tożsamości (to spółka kontaktowała się z konsumentami w sprawie wymogów weryfikacyjnych, prosiła o przekazywanie dokumentów, prowadziła obsługę zgłoszeń). Taka architektura serwisu i działania (...) mogły wywoływać u konsumentów uzasadnione przeświadczenie, że usługa płatnicza jest usługą własną spółki. Zaakcentować trzeba, że dopiero po 21 kwietnia 2022 r. (...) zaczęła przekazywać konsumentowi informację, że aktywacja e-portfela jest równoznaczna z zawarciem umowy z podmiotem trzecim tj. dostawcą usług płatniczych. W okresie przyjętym w decyzji brak było takiej informacji w formularzu służącym do aktywacji e-portfela - nie było wskazane, że podając imię i nazwisko, datę urodzenia oraz adres, konsument aktywuje usługę świadczoną przez (...) (e-portfel). W formularzu brak było także jakiegokolwiek wzmianki o tym, że korzystając z e-portfela, konsument może być wezwany do przekazania określonych dokumentów. Konsument nie zdawał sobie zatem sprawy, że możliwość wypłaty środków pieniężnych z e-portfela może być uzależniana przez konsumenta od wykonania dodatkowych czynności związanych z weryfikacją tożsamości. Co więcej informacja ta nie była wskazywana konsumentom na etapie rejestracji w serwisie.

Natomiast obowiązkiem przedsiębiorcy jest informowanie o tych wszystkich cechach świadczenia, które są potrzebne konsumentom do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji i tym samym powodujących lub mogących powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął. Niewątpliwie informacje o warunkach, na jakich konsumenci mogą otrzymać środki pieniężne z tytułu sprzedaży wystawionych na (...).pl, należy uznać za istotne dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy.

Ponadto, jak to już wskazywano wyżej, zaniechaniem wprowadzającym w błąd w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest nie tylko pominięcie informacji, co do których obowiązek informacyjnych wynika z obowiązujących przepisów prawa, ale ogólnie tych, które są istotne dla podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy. Dlatego też główne cechy świadczenia oceniać należy także w kontekście ich istotności dla podjęcia decyzji o skorzystaniu z danej usługi lub zakupu. Jako że ustawodawca nie zdefiniował pojęcia „istotne informacje”, można przyjąć, że są to informacje, które mogą wpłynąć na możliwość dokonania przez konsumenta racjonalnego wyboru. W szczególności dotyczy to informacji, które mogą skutkować zawarciem, lub wręcz przeciwnie, odstąpieniem od zawarcia określonej umowy. Stąd też zarówno zatajenie przekazania informacji, jak i podanie informacji w sposób dwuznaczny, niezrozumiały czy też w nieodpowiednim czasie mieści się w zakresie tego pojęcia (zob. np. T. Skoczny, Zakaz porozumień ograniczających konkurencję a selektywna dystrybucja, Warszawa 1995, s. 132). Zatem z nieuczciwymi praktykami rynkowymi wprowadzającymi w błąd przez zaniechanie mamy do czynienia, kiedy przedsiębiorca pomija istotne informacje, do udzielenia których jest zobowiązany względem przeciętnego konsumenta. Skutkiem takiego działania przedsiębiorcy jest powstanie na tej podstawie błędnego wyobrażenia odnośnie stanu rzeczywistego, co potencjalnie lub realnie może wpłynąć na podjęcie decyzji przez przeciętnego konsumenta, której inaczej mógłby nie podjąć.

Jak wyjaśnił Sąd Apelacyjny w Warszawie w uzasadnieniu wyroku z dnia z dnia 26 lipca 2016 r. sygn. akt VI ACa 660/15 (opubl. Legalis nr 2123003) niezbędne jest przeprowadzenia rozumowania będącego próbą swoistego prognozowania, czy przeciętny konsument mógł zostać wprowadzony w błąd i czy informacja, której nie podawał przedsiębiorca, była istotna i mogła wpłynąć na decyzję potencjalnego klienta odnośnie do zawarcia umowy. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być bowiem m.in. zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Jeżeli praktyka rynkowa wywołała lub potencjalnie mogła wywołać u przeciętnego konsumenta mylne, czyli niezgodne z rzeczywistością, wyobrażenie o produkcie, które miało charakter istotny w tym znaczeniu, że spowodowało lub mogło spowodować podjęcie przez konsumenta określonej decyzji, której inaczej by nie podjął, to mamy do czynienia z praktyką rynkową wprowadzającą w błąd przez działanie. Może dojść również do zaniechania, czyli zatajenia istotnej informacji. Takie działania przedsiębiorcy są bezprawne. Trzeba bowiem pamiętać, że konsument – nawet jeżeli jest dobrze zorientowany i bardzo uważny – nie jest profesjonalistą, nie ma wiedzy specjalistycznej i nawet ostrożny i uważny konsument ma prawo do rzetelnej informacji, pozostającej w zgodzie z prawem, a więc takiej która nie wprowadza w błąd. Dalej w uzasadnieniu tegoż orzeczenia podano, że także w dyrektywie 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11.05.2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.Urz. UE L 2005, No 149, p. 22) mówi się o praktyce handlowej wprowadzającej w błąd, jeżeli w konkretnym przypadku, biorąc pod uwagę wszystkie jej cechy i okoliczności oraz ograniczenia środka przekazu, pomija ona istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi, stosownie do okoliczności, do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej transakcji i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął. Za wprowadzające w błąd uznaje się również zaniechanie, jeżeli (...) przedsiębiorca zataja lub w sposób niejasny, niezrozumiały, dwuznaczny lub z opóźnieniem przekazuje istotne informacje, o których mowa w tym ustępie, lub nie ujawnia komercyjnego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jasno z kontekstu i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

W kontekście powyższego wyводу rację ma Prezes Urzędu wskazując, że przeciętny konsument rejestrując się na danej platformie sprzedażowej, podając w chwili rejestracji wszelkie niezbędne dane pozwalające na korzystanie z jej funkcjonalności, nie spodziewa się, że na dalszym etapie może zostać obowiązany do udostępnienia dalszych informacji, w tym skanów swoich dokumentów tożsamości lub wyciągów bankowych. Pomijanie informacji dotyczącej warunków otrzymania środków pieniężnych za przedmioty sprzedane, mogło mieć wpływ na podjęcie przez konsumentów decyzji o rejestracji, a dalej dokonania sprzedaży. Mając pełną informację dotyczącą uzależnienia wypłaty uzyskanych ze sprzedaży środków od podania informacji o swojej tożsamości, mogliby nie podjąć decyzji o takiej rejestracji. Wystarczająca jest tu przy tym potencjalna (hipotetyczna) możliwość takiego zachowania, jako wprowadzającego konsumentów w błąd.

W konsekwencji nawet ewentualne przychylenie się do twierdzeń odwołującej, że żadne przepisy prawa nie nakładały nań obowiązku udzielania informacji o etapach weryfikacji tożsamości użytkowników serwisu (co ma przełożenie na warunki wypłaty tych środków), nie niwelowało to obowiązku udzielania takich informacji z uwagi na objęcie ich katalogiem informacji istotnych.

Przesądżając powyższe Sąd poddał ocenie, czy informacje udzielane konsumentowi w zakresie zasad związanych z otrzymaniem środków pieniężnych z tytułu sprzedaży i wiążącą się z tym koniecznością spełnienia dodatkowych wymogów, były podane w sposób jasny, jednoznaczny oraz we właściwym czasie.

Przedstawiony materiał dowodowy pozwalał ustalić, że w okresie objętym decyzją dla korzystania z serwisu (co najmniej po dokonaniu pierwszej sprzedaży) konieczna była aktywacja e-portfela, a w tym celu należało podać takie dane jak: imię i nazwisko, datę urodzenia, adres. Na etapie aktywacji tegoż portfela konsument nie był informowany, że podczas korzystania może być poddany dalszej weryfikacji tożsamości. W szczególności brak było wzmianki o

tym, że w niektórych przypadkach (II i III etap weryfikacji) wypłata zgromadzonych środków może być uzależniona od dalszych działań służących potwierdzeniu tożsamości. Co znamienne, informacje o obowiązkach związanych z weryfikacją tożsamości nie były wskazywane na etapie rejestracji, za takie nie może być uznany pkt 1.6. Regulaminu, o czym jeszcze w dalszej części uzasadnienia.

Jak wskazano wyżej, Prezes Urzędu uznał za istotne informację, że otrzymanie przez sprzedających środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków. Zdaniem Sądu „istotność” tych informacji można wyprowadzić już z samego ich charakteru, który może mieć potencjalny wpływ na podjęcie świadomej decyzji dotyczącej umowy. Niewątpliwie bowiem za istotną należy uznać informację związaną z możliwością dysponowaniem, w tym wypłatą, środków uzyskanych z tytułu sprzedaży wystawionego towaru. Jeżeli wypłata tych środków obwarowana jest dodatkowymi warunkami, które nie są powszechne przy umowach tego rodzaju, takie dodatkowe postanowienia nie mogą być pomijane.

Pozbawienie konsumenta możliwości dokonania świadomego wyboru dotyczącego umowy następuje przez pozbawienie go tychże istotnych informacji. Sąd nie zgadza się przy tym z wprowadzonym w odwołaniu podziałem, który determinuje zakres udzielanych informacji ( zob. nb. 41 odwołań). Zdaniem odwołującej podział ten związany jest z zakresem w jakim konsument skorzysta ze swoich uprawnień umownych związanych z usługą e-portfela tj. czy będzie tzw. aktywnym lub bardzo aktywnym sprzedającym, czy też dokona jednostkowej transakcji. Z tego podziału wyprowadzony został wniosek, że właściwym czasem do udzielenia informacji był czas przed dokonaniem czynności, z którą wiąże się aktywacja danego etapu weryfikacji. Oczywiście co do zasady etap podejmowania decyzji ma znaczenie dla oceny istotności przekazywania danych informacji. Niemniej jednak w omawianej sprawie przywołany podział, niezależnie od związanych z nim zakresem informacji, nie został we właściwy sposób zakomunikowany rejestrującym się na portalu (...) .pl. Wręcz przeciwnie, w chwili rejestracji konsumenci mogli mieć mylne wyobrażenie co do zasad funkcjonowania serwisu. Z akceptowanego przez nich Regulaminu wynikało, że kwoty zapłacone przez kupujących zostaną zatrzymane przez dostawcę usług płatniczych wybranego przez (...) w e-portfelu działającym jako zastrzeżony rachunek jedynie do czasu zakończenia transakcji, a następnie środki pieniężne mogą być w każdej chwili przelane na ich osobiste konto bankowe, bez żadnych opłat za przelew ani opłat o jakąkolwiek kwotę (zob. art. 6.5. Regulaminu). Takie zapisy w żaden sposób nie wskazują, że możliwość uzyskania środków ze sprzedaży może być uzależniona od aktywności użytkownika portalu. Nie można zakładać, że przeciętny konsument rejestrując się do serwisu, może być dopiero w trakcie użytkowania informowany o konieczności podawania dalszych danych osobistych. Niczym nieuzasadnione jest założenie, że nawet gdyby konsument posiadał taką wiedzę na początku rejestracji, to i tak przystąpił do serwisu przyjmując ewentualne ograniczenie swej działalności w przyszłości. Zdaniem Sądu należy zakładać, że przeciętny konsument dokonuje rejestracji celem korzystania z serwisu zgodnie z jego przeznaczeniem tj. celem sprzedaży i zakupu używanej odzieży. Skoro na etapie przystąpienia wymagane są od niego ograniczone informacje tj. podanie imienia, nazwiska, daty urodzenia i adresu, to niczym nieuzasadnione jest założenie, że konsument może przypuszczać, iż przy dalszej aktywności zakres tych danych może ulec zmianie. Wręcz przeciwnie, ten ograniczony zakres informacji może wręcz stanowić zachętę do rejestracji, gdyż nie budzi wzmoczonych obaw co do bezpieczeństwa danych i niewłaściwego ich wykorzystania np. przy tzw. przestępstwach internetowych. Natomiast gdyby konsument został właściwie poinformowany, że zakres tych danych może ulec zmianie, to być może w ogóle nie zdecydowałby się na korzystanie z serwisu. Dlatego też udzielenie informacji dotyczących konieczności spełnienia dodatkowych warunków dla wypłaty środków uzyskanych ze sprzedaży, należy uznać za niezbędne dla podjęcia świadomej decyzji dotyczącej przystąpienia do serwisu jako takiego, a nie co do ewentualnej dalszej aktywności sprzedażowej. Pozbawienie tych informacji mogło bowiem prowadzić do upośledzenia zachowania rynkowego konsumenta. Słusznie wskazuje się, że etap poprzedzający zawarcie umowy jest szczególnie istotny dla podjęcia świadomej decyzji przez konsumenta. W walce konkurencyjnej czas poprzedzający wyrażenie przez klienta woli jest dogodnym dla przedsiębiorcy momentem użycia środków zmierzających do sterowania jego wyborem. Szerzej rzecz ujmując, etap poprzedzający zawarcie umowy jest tym momentem, którego właściwe wykorzystanie przez przedsiębiorcę pozwoli skłonić konsumenta do podjęcia decyzji rynkowej ( zob. Sieradzka Małgorzata, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Opublikowano: Oficyna 2008, komentarz do art. 6, teza 4 i przywołane tam przypisy). Dlatego Sąd nie zgadza się z twierdzeniami odwołania, że informacje dotyczące



warunków pozyskania środków ze sprzedaży nie mają znaczenia dla decyzji konsumenta o rejestracji w portalu (...)pl, ani dla decyzji o dokonaniu pierwszej sprzedaży, skoro tym momencie konsument nie podlega jeszcze dalszym etapom procedury weryfikacyjnej.

Wprowadzenie w błąd polega przede wszystkim na zniekształceniu procesu decyzyjnego przeciętnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą się angażuje. W wyniku wytworzenia się mylnego przekonania, konsument podejmuje daną decyzję lub wycofuje się z jej podjęcia. Istotne jest przy tym, że przedsiębiorca nie musi faktycznie spowodować podjęcia przez konsumenta decyzji, której bez wprowadzenia w błąd by nie podjął, wystarczy bowiem samo wystąpienie możliwości wprowadzenia w błąd (zob. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - VII Wydział Gospodarczy z dnia 29 listopada 2017 r. sygn. akt VII ACA 1002/17, opubl. Legalis nr 1760459).

Zdaniem odwołującej największe znaczenie informacyjne dla sprzedających stanowił etap, w którym zbliżali się do określonego pułapu płatności, co wymagało przejścia dalszej weryfikacji. Na etapie tym informacje były udzielane konsumentom w wiadomościach kierowanych do użytkowników serwisu i konsument miał dość czasu, aby podjąć decyzję, czy:

a/ w tym momencie zweryfikować swoją tożsamość,

b/ poddać się weryfikacji dopiero w momencie przekroczenia pułapu płatności,

c/ wypłacić środki przechowywane w e-portfelu i zrezygnować z dalszego korzystania z usług.

W ocenie Sądu zarówno chwila udzielania informacji, jak i jej zakres nie uzasadniają stanowiska strony. Jak to już wyjaśniono wyżej, takie ograniczenia dotyczące wypłaty środków pieniężnych powinny być zakomunikowane na etapie rejestracji w serwisie. Mogą mieć one bowiem fundamentalny wpływ na samą decyzję, co do przystąpienia do serwisu, a dalej na zakres aktywności jego użytkowników. Właściwy czas do przedstawienia informacji dotyczących tych ograniczeń, to taki, który umożliwi konsumentowi podjęcie decyzji, czy w ogóle dokonać rejestracji w serwisie (...)pl. Szczególny nacisk należy tu położyć na okoliczność, że weryfikacja tożsamości nie zawsze zależała jedynie od progów finansowych, ale mogła być przeprowadzana na innym etapie, a więc teoretycznie po dokonaniu pierwszej transakcji w portalu. Niezależnie więc od osiągnięcia przez konsumenta progów kwotowych (...) mogła uruchomić procedurę KYC na wcześniejszym etapie lub w dowolnym momencie po zidentyfikowaniu podejrzeń co do nieuczciwości konsumenta (vide nb. 59 decyzji).

Chociażby z tego powodu nie można dokonać takiego prostego założenia, jak to uczyniła odwołująca, że informacje o warunkach wypłaty środków pieniężnych powinny być podawane dopiero wówczas, gdy konsument podejmuje decyzję, dla której te informacje miały znaczenie. To w chwili samej rejestracji w serwisie konsument powinien mieć świadomość, że jego późniejsza aktywność może być ograniczona. Zaniechanie czasowe następuje natomiast wówczas, gdy informacja udostępniana jest konsumentom w niewłaściwym czasie i z tej przyczyny zaniechanie może mieć zniekształcający wpływ na jego zachowania rynkowe (zob. Stefanicki Robert, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz Opublikowano: LexisNexis 2009).

Nie można również przyjąć, że informacja o ograniczeniach wypłaty środków przynosiła największe korzyści w momencie, kiedy użytkownik zbliżał się do pułapów wymagających weryfikacji tożsamości. Gdyby konsument był właściwie poinformowany na etapie rejestracji w serwisie, że taka sytuacja może wystąpić, a w konsekwencji, że nieprzekazanie informacji może skutkować wstrzymaniem wypłaty środków, być może w ogóle nie zdecydowałby się na korzystanie z tegoż serwisu. Dla przeciętnego konsumenta zachęcającym niewątpliwie było to, że serwis umożliwiał sprzedaż i zakup rzeczy używanych (a więc w swej naturze o niższej wartości) przy podaniu bardzo ograniczonych danych, jak imię i nazwisko, data urodzenia, adres. Gdyby konsumenci byli właściwie poinformowani o przyszłej konieczności podania dalszych, bardzo sensytywnych danych, a zwłaszcza kopii dokumentów tożsamości lub

wyciągów bankowych, mogliby podjąć świadomą decyzję, co do rejestracji w serwisie celem dokonania pojedynczej transakcji, lub większej aktywności związanej z podaniem tych danych.

Norma art. 12 ustawy o prawach konsumenta zakłada, że o głównych cechach świadczenia należy powiadomić konsumenta najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową. Przy odwołaniu do art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE przekazanie informacji powinno nastąpić zanim konsument zostanie związany umową.

Nie można tu traktować o ewentualnym przeciążeniu informacyjnym (nb. 44 odwołania). Informacje dotyczące ograniczenia wypłaty środków pieniężnych, to nie jest informacja, która już na początku rejestracji w serwisie nie może być wykorzystywana przez konsumenta. Ryzyko wystąpienia efektu tzw. overkill information, nie może uzasadniać zmniejszenia ilości informacji przekazywanych konsumentowi. Jeżeli przedsiębiorca miał obawy z tym związane, to należało w tym zakresie przygotować odpowiednią formę przekazu, jak np. informowanie warstwowe, zakładki itp. W takiej sytuacji nie byłoby potrzeby odsyłania do innych dokumentów, co w swej istocie stanowi utrudnienie dla konsumenta. Zresztą cały czas należy mieć na uwadze, w świetle art. 6 ustawy o p.n.p.r. przedsiębiorca nie ma obowiązku podawać konsumentowi wszystkich istotnych informacji dotyczących usługi, ale tylko te istotne informacje, które są potrzebne konsumentowi do podjęcia decyzji o zawarciu umowy. Dlatego właśnie unikając nadmiernego obciążenia konsumenta informacjami, należy ważyć które z nich są istotne właśnie z punktu widzenia decyzji o związaniu umową. Natomiast żadne okoliczności nie mogą uzasadniać zaniechania przekazania informacji o zasadach wypłaty środków uzyskanych ze sprzedaży na platformie dedykowanej takim właśnie transakcjom.

Oczywiście słuszne jest także założenie, że konsumenci odnoszą dodatkowe korzyści z przekazywania im informacji otrzymywanej w momencie, w której jej potrzebują. Dlatego wskazanym jest, aby (jak to uczyniła odwołująca), np. przypominać o takiej informacji już w trakcie korzystania z serwisu (choć nie ma takiego obowiązku). Nie zmienia to jednak zasady, że w chwili rejestracji w serwisie konsument powinien uzyskać taką istotną informację, a nie dopiero być niejako zaskakiwany już w trakcie korzystania z niego.

Zresztą nawet odmienne zapatrywanie, tj. że na etapie rejestracji należy poinformować jedynie o konieczności podania danych, które wymagane są przez dostawcę usługi na tym właśnie etapie, i tak nie mogłoby prowadzić do uchylecia decyzji Prezesa Urzędu, a to z uwagi na sposób i zakres podanych informacji, które nie zostały przedstawione w sposób jasny i jednoznaczny.

Po pierwsze w Regulaminie brak było jakiegokolwiek informacji wskazującej na to, że wypłata środków z e-portfela może wiązać się z dodatkowymi działaniami. W jego treści nie było wspomniane, że aktywacja e-portfela wiąże się z obowiązkiem przejścia przez I etap procedury weryfikacji tożsamości, tj. podania informacji takich jak imię i nazwisko, data urodzenia i adres. Jego postanowienia nie wskazywały również, że wypłata środków pieniężnych ze sprzedaży przedmiotów może być uzależniona od dalszych etapów tej procedury, co wiąże się z przekazaniem określonych dokumentów. Wręcz przeciwnie, w Regulaminie tym wskazano na coś zupełnie odmiennego tj. iż wypłacenie środków pieniężnych może nastąpić w każdej chwili. W pkt 6.5. Regulaminu określono, że po zakończeniu transakcji środki pieniężne zostaną niezwłocznie przekazane do e-portfela sprzedającego. Środki dostępne w e-portfelu użytkownika mogą być w każdej chwili przelane na jego osobiste konto bankowe, bez żadnych opłat za przelew. Za podanie informacji uzupełniających w tym zakresie nie można także uznać pkt 1.5. Regulaminu, w myśl którego (...) Dla celów bezpieczeństwa, (...) może zażądać udzielenia pewnych potwierdzeń w odniesieniu do twojego konta (...). Zapis ten ocenić należy w kontekście całego punktu 1.5., który odnosił się do zasad identyfikacji użytkownika korzystającego z witryny. Dodatkowo świadczy o tym odwołanie się do powiązania konta w serwisie z kontem na (...), (...) lub konta innej osoby trzeciej.

Zdaniem Sądu również dokument wskazywany przez (...) tj. Polityka Prywatności nie spełnia wymogów określonych w art. 6 ust. 2 ustawy o p.n.p.r. W jego treści mowa o bliżej nieskonkretyzowanych progach kwot wpłaty lub wypłaty ( pkt. 2.5.7. W przypadku, gdy kwota wpłaty lub wypłaty zbliżać się będzie do określonego progu, (...) będzie prosić użytkownika o dostarczenie kopii paszportu, dowodu tożsamości lub prawa jazdy łącznie z tymczasowym prawem jazdy (...). Jako dodatkowy etap kontroli, (...) może również poprosić o zdjęcie/zrzut ekranu wyciągu z banku z listą

transakcji w okresie jednego miesiąca. W tym przypadku (...) gromadzi następujące informacje na prośbę (...): Imię i nazwisko; Data urodzenia; Państwo; Adres. Informacje widoczne na wyciągu: imię i nazwisko właściciela rachunku, historia transakcji (wpłaty, obciążenia, wypłaty) oraz inne informacje podane w danym wyciągu).

Sąd przychyliła się także do stanowiska Prezesa Urzędu, że informacje dotyczące wypłaty środków (abstrahując już od ich niepełnej treści) powinny zostać przede wszystkim ujawnione w Regulaminie. To Regulamin korzystania z serwisu stanowi główne źródło informacji o prawach i obowiązkach stron. Natomiast Polityka Prywatności to przede wszystkim dokument, który opisuje w jaki sposób są gromadzone, używane, przechowywane, przetwarzane i chronione dane osobowe użytkowników. Służy ona spełnieniu obowiązków informacyjnych wynikających z ustawy o ochronie danych osobowych, ustawy prawo telekomunikacyjne, a także dyrektywy 95/46/we Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 1995 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w zakresie przetwarzania danych osobowych i swobodnego przepływu tych danych. W powszechnym odczuciu chodzi tu o informacje dotyczące rodzaju gromadzonych danych, celu i przetwarzania, udostępniania, czy prawach użytkowników. Zdaniem Sądu nierealnym jest przyjmować, że w zakładce Polityka Prywatności użytkownicy serwisu mieliby poszukiwać informacji związanych z zasadami wypłaty środków z e-portfela czy dalszą weryfikacją ich tożsamości w związku ze świadczonymi usługami płatniczymi. Tym bardziej w sytuacji, w której począwszy od 24 kwietnia 2020 r. w jej treści zawarto wskazanie, że nie stanowi ona klauzuli umownej i nie wchodzi w treść umowy zawartej z użytkownikiem portalu.

Odnosząc się do przywołanego w odwołaniu poglądu, że konsument nie jest podejrzliwy i stara się wierzyć, że otrzymywane informacje są poprawne i dokładne oraz założenia, że rozsądny konsument nie jest zobowiązany do prowadzenia dalszych poszukiwań na temat całości dokładnej treści dostarczonego mu komunikatu, chyba że nadawca przekazu w sposób szczególny zwraca uwagę konsumenta na tego rodzaju obowiązek lub w tekście przekazu znajduje się stanowcze odwołanie do takiego obowiązku (nb. 40 odwołań), to należy je uzupełnić o ustalenia dotyczące tegoż odwołania, a zwłaszcza jego celu. Uwzględniając powszechne rozumienie dokumentu Polityka Prywatności, trudno oczekiwać, że rozważny i zapobiegliwy konsument, celem ustalenia zasad pozyskania środków pieniężnych z tytułu sprzedanych za pośrednictwem serwisu rzeczy, poszukiwał ich w tym dokumencie. W szczególności w sytuacji, w której odesłanie do tego dokumentu nie zawierało wskazania, że właśnie w jego treści konsument odnajdzie takie, szczególne informacje.

Zdaniem Sądu należy tu także uwzględnić cechy i okoliczności informacji przekazywanych konsumentowi. Mamy tu do czynienia z serwisem internetowym, który co do zasady nie ma ograniczeń przestrzennych. Podanie informacji dotyczących wszystkich zasad związanych z wypłatą środków pieniężnych z e-portfela było możliwe w Regulaminie. Nie było potrzeby, aby w tym zakresie odsyłać do innego dokumentu, zwłaszcza takiego, który ze swej natury związany jest z innego rodzaju informacjami.

Podobnie niejasne były informacje przedstawione w kierowanych do użytkowników wiadomościach email. Jak to już wspomniano wyżej, w wiadomościach tych wskazywano jedynie, iż użytkownik zbliża się do bliżej niekonkretyzowanego pułapu płatności, co wymaga „sprawdzenia kilku rzeczy” i potwierdzenia tożsamości celem dalszego kupowania i sprzedawania na (...)pl. Natomiast wiadomości te nie zawierały informacji o możliwości zawieszenia wypłat środków zgromadzonych w e-portfelu. Z treści tych wiadomości w żaden sposób nie można było wyprowadzić przypuszczenia, że uzależnienie wypłaty zgromadzonych dotychczas środków może zostać wstrzymane. Co więcej konsument nie uzyskiwał w ich treści informacji, w jakim okresie ma nastąpić potwierdzenie tożsamości, a w konsekwencji mógł dokonywać dalszej sprzedaży produktów. Tym samym mogło dojść do nieświadomego przekroczenia progów finansowych uniemożliwiających dysponowanie środkami pieniężnymi. Nie trudno także wyobrazić sobie sytuację, w której pomiędzy wysłaniem a odczytaniem wiadomości przez użytkownika, wystawione przezeń na serwisie przedmioty zostają sprzedane. W momencie wysyłania wiadomości użytkownik mógł mieć już zgromadzone na e-portfelu określone środki, a dalsza sprzedaż – poza świadomością konsumenta - mogła skutkować przekroczeniem rzeczonych progów.

Podobnie w zakładce Centrum Pomocy Serwisu brak było informacji dotyczących wysokości progów kwotowych, jakie mogą skutkować koniecznością przejścia dodatkowej weryfikacji, oraz iż od weryfikacji tej uzależniona może być

wypłata środków dotychczasowo zgromadzonych na e-portfelu. W zakładce tej bliżej też nie określono okoliczności wpływających na ograniczenie wypłaty środków.

Jeszcze raz z całą stanowczością podkreślić należy, że procedura weryfikacji mogła być uruchomiona niezależnie od osiągnięcia przez konsumenta określonych progów kwotowych, a więc potencjalnie nawet po dokonaniu pierwszej transakcji w serwisie. Informacja w tym zakresie, wpływająca na ograniczenie wypłaty środków, nie została podana ani w treści Regulaminu, ani w Polityce Prywatności.

Rozpoznając odwołanie Sąd nie abstrahował od regulacji przewidzianych w ustawie o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu z dnia 1 marca 2018 r. (Dz.U. z 2018 r. poz. 723) oraz miał na uwadze, że instytucje obowiązane, ich pracownicy oraz inne osoby działające w imieniu i na rzecz instytucji obowiązanych zachowują w tajemnicy informacje o planowaniu wszczęcia oraz o prowadzeniu analizy dotyczącej prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu (art. 54 ust. 1 ustawy). Należy jednak mieć tu na uwadze, że pkt I.1. decyzji określa działanie wprowadzające w błąd poprzez nieinformowanie konsumentów w sposób jasny i jednoznaczny oraz we właściwym czasie, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków. Decyzja ta nie odnosi się do nieprzekazania informacji związanych z analizą dotyczącą prania pieniędzy, finansowania terroryzmu lub dotyczących procedury weryfikacji tożsamości. Decyzja dotyczy nieprzekazania informacji, że wypłata środków zgromadzonych na e-portfelu może być uzależniona od spełnienia dodatkowych warunków.

Słusznie Prezes Urzędu w piśmie z dnia 27 marca 2023 r. (nb. 39) wskazał, że informacje o procedurach weryfikacyjnych miały wpływ na skutki praktyki wskazanej w decyzji, nie przesądzały natomiast o jej istnieniu.

Nawet zakładając ograniczenia określone w przywołanej ustawie o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu, możliwe było wskazanie, że wypłata środków z e-portfela w danych okolicznościach może wiązać się z dodatkową weryfikacją danych, oraz takie opisanie etapów weryfikacji, aby konsumenci byli poinformowani, że przed jej dokonaniem, będą mieli możliwość podjęcia świadomej decyzji, co do kontynuacji swej działalności w serwisie, a w szczególności pobrania zgromadzonych na e-portfelu środków. Sąd zauważa, że sama (...) mając na uwadze wytyczne związane z informacjami, jakie mogą być ujawnienie w kontekście analiz dotyczących prania pieniędzy lub finansowanie terroryzmu, wysyłała wiadomość (choć jej treść oceniona została przez Sąd jako niewystarczająca) wskazującą na zbliżający się próg weryfikacji. Nic nie stało zatem na przeszkodzie ku temu, aby już na etapie rejestracji w serwisie poinformować konsumentów, że wypłata środków zgromadzonych na e-portfelu może być uzależniona od dodatkowej weryfikacji związanej z analizą ryzyka obsługi płatności. Zaniechanie udzielenia tej informacji nierzadko prowadziło do sytuacji, w której konsumenci byli zaskakiwani brakiem możliwości wypłaty zgromadzonych środków i czuli się przymuszeni do ujawnienia swych dalszych danych sensytywnych. Oczywiście konsument nie musi znać dokładnych pułapów płatności, aby zrozumieć że może być poddany dodatkowej weryfikacji, niemniej jednak informacja, że może jej podlegać, i jakie wiąże się z tym ograniczenia i skutki, powinna zostać mu przedstawiona.

Ponownie z całą mocą podkreślić także należy, że na etapie rejestracji w serwisie konsument w ogóle nie był informowany, że dodatkowa procedura weryfikacji może zostać rozpoczęta z innych względów, niezależnie od przekroczenia progu kwotowego.

Sąd wskazuje przy tym, że nie można porównać podania szczegółowych danych tożsamości za pośrednictwem serwisu sprzedażowego towarów używanych, z ujawnieniem tych danych bankowi celem korzystania z bankowości internetowej, czy produktów bankowych lub płatniczych. Bank to tzw. instytucja zaufania publicznego, której zawierzenie bierze się z przeświadczenia o wiarygodności, ale także doniosłej roli w gospodarce, obwarowaniem działalności szeregiem dostarczanych przez państwo gwarancji prawnych i instytucjonalnych. Wiedza w tym zakresie jest powszechna. Takiego zaufania konsumentów nie można przekładać na portal sprzedażowy, lub nawet instytucję finansową, która jest podmiotem zagranicznym, nie znanym szerzej na rynku krajowym.

Sąd przychyliła się tym samym do stanowiska Prezesa Urzędu, że brak przekazania jasnej i pełnej, oraz we właściwym czasie, informacji o procesie identyfikacji, co mogło wiązać się z wstrzymaniem wypłaty zgromadzonych środków pieniężnych, stanowiło praktykę wprowadzającą w błąd. Nie oznacza to, że prawidłowe przekazanie informacji prowadziłoby do ustania bądź nie pojawienia się w ogóle obawy związanej z podaniem danych wrażliwych. Istotą jest to, że poinformowany konsument mógłby podjąć świadomą decyzję, co do korzystania w ogóle, jak i zakresu korzystania, z serwisu sprzedażowego.

Zarzut 2 odwołania tj. naruszenie art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r. w zw. z art. 33, art. 34, art. 35 ust. 1 i 2, art. 36, art. 37, art. 41 ust. 1 i 2 oraz art. 54 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (dalej „u.p.p.f.t.”) w zw. z art. 8, art. 10 ust. 1, art. I l, art. 13 ust. 1-4, art. 14 oraz art. 39 ust. I dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/849 w sprawie zapobiegania wykorzystywaniu systemu finansowego do prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu (implementowanej w u.p.p.f.t.; dalej „Dyrektywa AML”) w zw. z art. 50 ust. 1 i 2 ustawy o usługach płatniczych (dalej „u.u.p.”), poprzez ich niewłaściwe zastosowanie na skutek błędnego ustalenia, że działanie opisane w pkt. I.1. sentencji Decyzji stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W uzasadnieniu do zarzutu 1. Sąd zajął stanińsko co do zakresu informacji, jakich udzielenie konsumentom spoczywało na (...). Odnosząc się do wyszczególnionych argumentów uzasadnienia odwołania (nb. 59) Sąd uzupełniająco wskazuje.

Punkt I decyzji dotyczył wprowadzającego w błąd nieinformowania konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...)pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków. Decyzja ta swą treścią nie obejmowała zarzutu braku udzielenia informacji o progach weryfikacji tożsamości związanej z usługami płatniczymi. Należy bardzo wyraźnie odgraniczyć te dwie sytuacje. Przekłada się to także na zakres obowiązków informacyjnych. Oczywistym jest, że inne obowiązki spoczywają na dostawcy usług płatniczych, a inne na podmiocie, który dostarcza internetowego narzędzia służącego sprzedaży (portal sprzedażowy). Jednakowoż, co już wyjaśniono we wcześniejszej części uzasadnienia, model działania serwisu (...)pl, jego architektura, oraz treść Regulaminu, mogły wywoływać u konsumentów mylne wyobrażenie, że usługi płatnicze świadczone są przez stronę odwołującą. Oczywiście nie ma to prostego przełożenia na uznanie, że na (...) spoczywały takie same obowiązki informacyjne jak na (...). Nie można zatem przychylić się do poglądu odwołania, że Prezes Urzędu obowiązany był do analizy zakresu obowiązku informacyjnego spoczywającego na (...)

Oceniana decyzja oparta została na założeniu, że (...) powinna informować klientów o tym, że celem otrzymania środków uzyskanych ze sprzedaży na określonym etapie działalności mogą być obowiązani do podania dodatkowych informacji i danych. Udzielenie takiego pouczenia w żaden sposób nie naruszałoby przepisów ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu oraz dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/849 w sprawie zapobiegania wykorzystywaniu systemu finansowego do prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu. Przepis art. 54 ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu zakłada, że instytucje obowiązane, ich pracownicy oraz inne osoby działające w imieniu i na rzecz instytucji obowiązanych zachowują w tajemnicy informacje o planowaniu wszczęcia oraz o prowadzeniu analizy dotyczącej prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu. Jak wynika z uzasadnienia projektu ustawy, zakaz przekazywania informacji obejmuje zarówno klienta, którego dotyczy informacja o podejrzanych wartościach majątkowych, jak i jakichkolwiek osób trzecich (druk nr 2233, Rządowy projekt ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu). Oznacza to, że przyjmując wykładnię stosowaną przez odwołującą, nawet ona sama (jako podmiot trzeci) nie mogłaby znać zasad weryfikacji, i dalej jej progów finansowych. Natomiast takie informacje były w jej posiadaniu. Przed osiągnięciem danego pułapu weryfikacyjnego do użytkowników kierowane były specjalne wiadomości ze strony (...), w których informowano, że zbliża się moment osiągnięcia pułapu oraz weryfikacji tożsamości. Ponadto należy pamiętać, że przywołany przepis stanowi, implementację do porządku krajowego regulacji dyrektywy AML IV, która w art. 39 reguluje, że podmioty zobowiązane oraz członkowie ich kadry kierowniczej i ich pracownicy nie ujawniają

zainteresowanemu klientowi ani innym osobom trzecim faktu przekazywania w danym momencie, przekazania w przyszłości lub w przeszłości informacji zgodnie z art. 33 lub 34 ani faktu, że jest lub może być prowadzona analiza dotycząca prania pieniędzy lub finansowania terroryzmu. Łączna analiza przywołanych zapisów wskazuje, że dotyczą one sytuacji, gdy w stosunku do konkretnego podmiotu zachodzi konieczność przeprowadzenia działań związanych z oceną ryzyka prania pieniędzy lub finansowanie terroryzmu. Słusznie wskazał Prezes Urzędu w piśmie z dnia 13 października 2022 r. (nb. 51), że obowiązujące przepisy nie zakazują przekazywania konsumentom informacji, że w ogóle stosowane są procedury związane z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy lub finansowaniu terroryzmu. Obowiązek stosowania tych procedur wynika przeto z przepisów prawa, zatem niezasadne jest założenie, że objęty jest generalną tajemnicą. Sama ustawa wprost reguluje sytuację, w których określone instytucje obowiązane są zachować środki bezpieczeństwa. Okoliczność, że przepisy prawa nie zabraniają informowania o tym, że stosowane są procedury weryfikacyjne, została zresztą przyznana przez stronę odwołującą (nb. 43 pisma z dnia 05 grudnia 2022 r.). Oczywiście słuszne jest także założenie, że przekazywanie nadmiernej ilości informacji mogłoby podważać sens stosowania przepisów o przeciwdziałaniu praniu. Niemniej jednak nie stopień szczegółowości podawanych informacji, ale właściwe zakomunikowanie konsumentom pewnych ograniczeń związanych z wypłatą środków, było przedmiotem oceny decyzji Prezesa Urzędu. W tym wypadku obowiązków informacyjnych spoczywających na (...), nie można utożsamiać z zakresem określonym w art. 34 ust. 5 ustawy o przeciwdziałaniu praniu. Przepis ten reguluje, że przed nawiązaniem stosunków gospodarczych lub przeprowadzeniem transakcji okazjonalnej instytucje obowiązane informują klienta o przetwarzaniu jego danych osobowych, w szczególności o obowiązkach instytucji obowiązanej wynikających z ustawy w zakresie przetwarzania tych danych. Odnosi się on zatem do obowiązków informacyjnych związanych z materią tej ustawy. Natomiast obowiązek udzielenia informacji o zasadach i ograniczeniach wypłaty środków pieniężnych powiązany jest z koniecznością przekazywania informacji odnoszących się do świadczenia głównego (vide uzasadnienie do zarzutu 1). Dopóki te obowiązki informacyjne wzajemnie się nie wykluczają, zachodzi konieczność przedstawienia konsumentowi wszelkich danych, które mogłyby wpłynąć na jego decyzję, co do zawarcia umowy.

Powszechność powyższej interpretacji przywołanych przepisów potwierdza praktyka stosowana przez inne portale sprzedażowe. Do pisma strony pozwanej z dnia 23 lutego 2023 r. zostały dołączone wydruki regulaminów takich serwisów jak (...), czy (...), w których konsumenci zostali poinformowani, że wypłata środków pieniężnych może być uzależniona od pozytywnego przejścia procedur weryfikacyjnych, a nawet wskazywane zostały określone progi weryfikacyjne (vide wydruki k. 566-586).

Zarzut 4. odwołania tj. naruszenie art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 ustawy o.k.i.k. poprzez ustalenie, że praktyki odwołującej naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Jak stanowi art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: (i) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, (ii) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji, (iii) proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru. O bezprawności (tj. sprzeczności z prawem lub dobrymi obyczajami) w rozumieniu powołanego przepisu możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy – czyli jego działanie, jak również zaniechanie – jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współzycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody. Bezprawne praktyki muszą być ponadto wymierzone w zbiorowe interesy konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc naruszać prawa nieograniczonej, bliżej nieokreślonej liczby konsumentów. Interes, który jest chroniony owym przepisem, to interes prawny, rozumiany jako

określone potrzeby konsumenta, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony (zob. Sąd Najwyższy w uzasadnieniu uchwały z 13 lipca 2006r., sygn. akt III SZP 3/06, opubl. OSNP 2007, nr 1-2, poz. 35).

Zdaniem strony odwołującej Prezes Urzędu nie wskazał podstawy prawnej oraz nie zrekonstruował normy dobrego obyczaju, z którym praktyki (...) miałyby być sprzeczne (nb. 81 odwołania).

Na gruncie wskazanego przepisu art. 24 ustawy sprzeczność z prawem pojmowana jest jako niezgodność z przepisami prawa. Sprzeczność z prawem, to również niedopełnienie zadań przez przedsiębiorcę wynikających z ustaw (Z. Banaszczyk, w: Kodeks cywilny. Komentarz (pod red. K. Pietrzykowskiego), Warszawa 2013, s. 1091; A. Wędrychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, w: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów (pod red. A. Stawickiego, E. Stawickiego), s. 632.). Jak to już wyjaśniono w uzasadnieniu do zarzutu 1. konieczne jest odwołanie do art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w myśl którego zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. W art. 4 ust 2 ustawy określono, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Zgodnie natomiast z art. 5 ustawy praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd poprzez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji. 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. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd uznaje się za szczególnie nieuczciwe, ponieważ najczęściej oddziałują na sferę decyzyjną konsumenta, prowadząc do zniekształcenia jego decyzji rynkowych. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie definiuje przy tym pojęcia „istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta”. Posiłkując się art. 2 lit. e Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dot. nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (Dz. U. UE L nr 149, str. 22) - wyjaśniającym pojęcie „istotnego zniekształcenia zachowania gospodarczego konsumentów” - należy przyjąć, że istotne zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta oznacza wykorzystywanie praktyki rynkowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której w innej sytuacji by nie podjął. Tym samym przyjmuje się, że kwalifikacja praktyki, jako wprowadzającej w błąd, opiera się na ustaleniu, że w wyniku jej stosowania naruszone zostało prawo konsumenta do podjęcia w pełni świadomego wyboru rynkowego. Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy zatem stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe (patrz wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011r. VI ACa 694/10, opubl. Lex nr 1220720). Ponadto na mocy art. 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta w przypadku zawarcia umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia (...). Takie zaniechanie strony odwołującej zostało ustalone (zob. uzasadnienie dotyczące zarzutu 1), co już samo w sobie uzasadnia stwierdzenie że dopuściła się ona naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Jeszcze raz podkreślić należy, że odwołująca była obowiązana w sposób jasny i zrozumiały poinformować konsumentów, że usługi płatnicze świadczone są przez (...), a dalej o obowiązkach i ograniczeniach z tym związanymi. Obowiązek ten w szczególności aktywizował się w okolicznościach sprawy niniejszej, kiedy to (...) dokonywała wyboru dostawcy usług płatniczych, w swoim Regulaminie częściowo określała zasady wypłaty środków pieniężnych, a architektura serwisu była tak zorganizowana, że mogła rodzić w świadomości użytkowników przeświadczenie, że to

(...) jest dostarczycielem tej usługi. Tym bardziej w połączeniu z faktem, że za usługi płatnicze nie były pobierane żadne odpłatności. Natomiast stan świadomości konsumentów dotyczący podmiotu, z którym zawierają umowę nie może być bagatelizowany.

Obowiązkom informacyjnych ściśle powiązanych z zakresem usług świadczonych przez (...), nie mogło zadośćuczynić odesłanie do anglojęzycznego regulaminu (...). Skoro odwołująca w taki sposób zamierzała sprostać swoim obowiązkom, to należało treść przetłumaczonego regulaminu dostawcy usług płatniczych inkorporować do serwisu, a w konsekwencji czuwać nad jego zmianami. Wbrew założeniom odwołującej, na przeszkodzie ku temu nie stało ani ograniczenie wynikające z formy świadczonych usług (platforma internetowa), ani z zakresu działalności strony. Mamy tu do czynienia z podmiotem świadczącym usługi w kilku krajach, osiągającym z tego tytułu znaczne przychody. W tej sytuacji nie można zasłaniać się twierdzeniem, iż powyższe stanowiłoby zbyt duże obciążenie.

Zresztą, jak to już wskazywano, przedstawienie takiegoż regulaminu podmiotu trzeciego, nie było konieczne dla wypełnienia obowiązków informacyjnych (...). Należało jedynie w taki sposób przedstawić informacje związane z usługami płatniczymi, aby konsumenci nie mieli wątpliwości (lub nie wywoływać w nich mylnego przeświadczenia) z kim zawierają umowę, i jakie wiążą się z tym ograniczenia związane z korzystaniem z serwisu sprzedażowego tj. wykluczenie uprawnienia do wydawania dyspozycji dostawcy usług płatniczych i swobodne wypłacanie środków uzyskanych z tytułu sprzedaży.

Niepodanie zaś informacji, istotnych dla konsumenta w aspekcie możliwości podjęcia przez niego świadomej decyzji gospodarczej dotyczącej umowy, godzi w jedno z podstawowych praw konsumenckich, tj. w prawo do uzyskania rzetelnej, transparentnej i pełnej wiedzy o przedmiocie i warunkach transakcji. Brak podania konsumentom istotnych informacji wprowadza w błąd, a przez to może przyczynić się do podjęcia przez konsumenta decyzji rynkowej, której w innych okolicznościach by nie podjął (zob. A. Michalak, Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, wyd. z 2008 r., System Informacji Prawnej Legalis; M. Sieradzka, Komentarz do art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, System Informacji Prawnej LEX).

W ocenie Sądu - w kontekście ustalonego stanu faktycznego oraz oceny świadomości konsumentów co do podmiotu, z którym zawierają umowę - zbyt duże uproszczenie stanowi zaprezentowane zapatrywanie, że (...) nie formułowana żadnych warunków ograniczających wypłaty, gdyż brak przejścia etapu weryfikacji tożsamości nie stanowi warunku transakcji z kupującym. Wobec lakoniczności Regulaminu oraz innych informacji ujawnianych w toku korzystania z serwisu, nie można przyjąć, że brak możliwości wypłaty środków przez konsumentów nie był wynikiem zaniechań po stronie odwołującej. Owszem bezpośrednią przyczynę stanowi ewentualne niedotrzymanie przez użytkowników wymogów procedury weryfikacyjnej realizowanej przez (...) (nb. 85 odwołań), jakkolwiek nie to było przedmiotem decyzji Prezesa Urzędu. Cały czas nie można tracić z pola widzenia, że decyzja i postępowanie sądowe odnoszą się do nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków. Przedmiotem oceny nie były w szczególności te warunki, oraz zasady ich spełnienia. A jedynie to, czy na etapie zawierania umowy konsumenci zostali w sposób wystarczający poinformowani o ich obowiązywaniu, co mogło mieć przełożenie na podjęcie decyzji związania określonym stosunkiem zobowiązaniowym.

Nie można także przychylić się do twierdzeń strony odwołującej, że możliwości wypłaty środków pieniężnych z e-portfela nie można postrzegać w kategoriach uszczerbku (nb. 89 odwołań). Konsument, który nie zdecydował się podać danych wymaganych na etapie aktywacji e-portfela (do 20 sierpnia 2020 r.) lub na II i III etapie weryfikacji, nie miał możliwości wypłaty tych środków. Natomiast źródłem decyzji, co do nieujawniania tych danych może być brak właściwego poinformowania na etapie rejestracji w serwisie o wszystkich prawach i obowiązkach jego użytkowników.

Zarzut 5. tj. naruszenia art. 12 ust. 1 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta poprzez niewłaściwe zastawianie tego przepisu oraz błędną jego wykładnię polegające na przyjęciu, że obowiązek poinformowania przez powódkę konsumenta o



głównych cechach świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia obejmuje przekazanie konsumentom informacji o weryfikacji tożsamości.

W zakresie tegoż zarzuty strona odwołująca podniosła, że przepis art. 12 ustawy o prawach konsumenta nie ma zastosowania do jej działalności, gdyż nie jest stroną umowy sprzedaży zawieranej z konsumentem, ani nie świadczy usług płatniczych. Ponadto zdaniem skarżącej nie można przyjąć, że pojęcie „informacji o głównych cechach świadczenia” obejmuje informacje o zasadach przeprowadzenia weryfikacji tożsamości wymaganej przez przepisy obowiązujące prawa, nawet jeżeli wypłata środków może wymagać takiej weryfikacji.

Odnosząc się do powyższego, ustalone zostało, że (...) nie jest stroną żadnej ze wskazanych umów. Odwołująca dostarcza narzędzie cyfrowe umożliwiające sprzedaż odzieży używanej pomiędzy użytkownikami serwisu. W ramach usług świadczonych przez spółkę, z uwagi na powiązanie Ochrony Kupującego z tzw. Zintegrowanymi Usługami Płatności, spoczywał na niej poszerzony obowiązek informacyjny. Nie dotyczy on samych zasad związanych z korzystaniem z serwisu, ale także reguł odnoszących się do pozyskiwania środków przekazanych tytułem sprzedaży. Na zasadzie wyrażonej w art. 12 ustawy o prawach konsumenta (...) jest zobowiązana do poinformowania klienta o głównych cechach świadczenia. Chodzi tu o te cechy, które są potrzebne konsumentowi do podjęcia świadomej decyzji związania umową. W szczególności należy mieć na uwadze cechy produktu i warunki ograniczające, których przeciętny konsument nie spodziewa się w przypadku danej kategorii umów. Niewątpliwie wymogi weryfikacji tożsamości, od których uzależniona jest wypłata środków pieniężnych, stanowią ograniczenie w korzystaniu z platformy sprzedażowej. Tym bardziej, że zaoferowane konsumentom przepisy Regulaminu mogły wprowadzać w błąd, co do zasad tej weryfikacji. W jego punkcie 9.4. wskazano, że w przypadku realizacji transakcji ze Zintegrowaną Usługą Płatności i Wysyłki, całkowita kwota zostanie pobrana z konta Kupującego, (...), a Sprzedający pobierze należną mu kwotę wyłącznie po potwierdzeniu odbioru towaru przez Kupującego. Z zapisu tego przeciętny konsument mógł wyprowadzić wniosek, że brak jest jakichkolwiek warunków ograniczających wypłatę tych środków.

Wynikające z ustawy o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu, spoczywający na określonych instytucjach obowiązek związany z prowadzeniem stosownych analizy, nie wyklucza w stanie faktycznym sprawy zaliczenie tegoż obowiązku do warunków ograniczających korzystanie z platformy sprzedażowej. Chociaż bowiem to nie (...) dokonuje weryfikacji tożsamości, od której uzależniona jest wypłata środków, to bezpośrednio przekłada się to na funkcjonalność platformy sprzedażowej. Głównym jej założeniem jest sprzedaż odzieży używanej i uzyskanie z tytułu tej sprzedaży środków finansowych. Skoro wypłata tych środków może być warunkowana spełnieniem dodatkowych wymogów, to oczywistym jest, że w świadomości konsumenta są to warunki ograniczające korzystanie z tej platformy. Jako takie powinny zostać przedstawione konsumentowi przed podjęciem decyzji, co do związania umową i to w sposób umożliwiający w sposób pełny i jednoznaczny zapoznanie się z treścią pouczenia. Jak to już szczegółowo wyjaśniono w uzasadnieniu do zarzutu 1 zarówno zapisy Regulaminu, jak i Polityki Prywatności takim wymaganiom nie stanowiły zadość. Natomiast zakres Usług Zintegrowanych należy interpretować w kontekście funkcjonowania platformy (...).pl. Jednym z jej głównych założeń jest Ochrona Kupującego, zabezpieczająca przeprowadzenie transakcji. Związana z tym jest cała zorganizowana przez odwołującą procedura sprzedaży. Dlatego też pomiędzy wystawieniem przedmiotu na sprzedaż, a możliwością pozyskania z tego tytułu środków pieniężnych, istnieje ścisły związek. To połączenie w sposób oczywisty przekładać się musi na decyzję konsumenta.

Co do oceny obowiązków informacyjnych w odniesieniu do świadczenia głównego odwołującej, Sąd odsyła do uzasadnienia w odniesieniu zarzutu 1.

Zarzut 7. tj. naruszenie art. 24 ust 1 oraz ust. 2 pkt 3 ustawy u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i 3, art. 4 ust. 2 oraz 2 pkt 8 u.p.n.p.r. poprzez wadliwe przyjęcie definicja przeciętnego konsumenta.

Dla prawidłowej oceny praktyk rynkowych stosowanych przez powoda, a zwłaszcza jej wpływu na zachowania rynkowe konsumenta, konieczne jest uwzględnienie cech adresata ocenianej praktyki, którego ustawa określa jako „przeciętnego konsumenta”. W oparciu o definicję zawartą w art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. należy przyjąć, że przeciętny konsument, to osoba dostatecznie dobrze poinformowana, uważna, ostrożna i rozsądnie krytyczna. Jak wskazuje

się w orzecznictwie, wzorzec ten nie może być jednak definiowany w oderwaniu od konkretnych warunków ustalonych w sprawie oraz od realiów środowiskowych. Oceny zakresu informacji oraz poziomu uwagi i ostrożności dokonuje się bowiem 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 wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Odwołująca wskazała, że przeciętny konsument dokonujący transakcji w Internecie oraz dokonujący płatności on – line ma wiedzę na temat procedury weryfikacji tożsamości, a w szczególności że weryfikacja ta może mieć miejsca w różnych momentach aktywności.

Zdaniem Sądu powszechność korzystania z usług za pośrednictwem Internetu, w tym powiązanych z nimi usług płatniczych, nie można utożsamiać z powszechnością wiedzy na temat weryfikacji tożsamości. Oczywiście taka świadomość, na co wskazuje doświadczenie życiowe, co do zasady występuje w przypadku przekierowania na stronę internetową banku. Wówczas weryfikacja następuję na zasadach określonych pomiędzy konsumentem, a bankiem właśnie (najczęściej poprzez podanie loginu, hasła, dostarczonego kodu weryfikacyjnego). Natomiast takiej sytuacji nie można utożsamiać z serwisem odwołującej, którego funkcjonalności pozwalają na korzystanie ze zgromadzonych środków tylko po weryfikacji dokonanej w serwisie (...).pl. Trudno zatem zakładać, że przeciętny konsument będzie zdawał sobie sprawę z zasad weryfikacji tożsamości na jakiegokolwiek platformie sprzedażowej. Co więcej, jak słusznie zauważył Prezes Urzędu, nawet ewentualna styczność konsumenta z określonymi procedurami weryfikacyjnymi nie oznacza, że konsumenci będą zdawać sobie sprawę z tego, że procedura ta może mieć wpływ na przyznane im już uprawnienia (pismo z dnia 13 października 2022 r.).

Jak słusznie wskazano w uzasadnieniu decyzji, grupę osób korzystających z (...).pl tworzą osoby korzystające z serwisu z wykorzystaniem komputera lub aplikacji przeznaczonej na urządzenia mobilne. Są to osoby posiadające umiejętności obsługi smartfonów, komputerów, potrafiące korzystać z płatności elektronicznych. Pomimo jednak pewnych umiejętności w zakresie korzystania z Internetu, w tym aplikacji mobilnych, konsumenci mogą nie posiadać specjalistycznej wiedzy z zakresu nowych technologii oraz w zakresie finansów i zapobiegania terroryzmowi, w tym związanych z tym procedur. W ocenie Sądu również konsumenci korzystający z platformy sprzedażowej strony nie byli bardziej niż przeciętnie zorientowani w działaniu platform posiadających zintegrowane usługi płatności. Tym bardziej, że z tego typu usług w ostatnich latach powszechnie korzystają już wszystkie grupy społeczne. W grupach tych znajdują się zarówno przedstawiciele tzw. młodego pokolenia, dla których oparcie swej działalności na usługach internetowych stanowi wyraz codzienności, ale też i osoby w wieku średnim oraz starsze, które stopniowo przystępują do korzystania z tego rodzaju usług. Każda z osób należących do tych grup, będzie w omawianej sprawie stanowiła odzwierciedlenie przeciętnego konsumenta. Zaakcentować przy tym należy, że korzystanie z usług internetowej platformy sprzedażowej wciąż jednak nie można zaliczyć do usług codziennego użytku. Stałe powiększanie się grupy podmiotów korzystających z tych usług wymaga zatem ciągłej uwagi w zakresie dostarczanych informacji i pouczeń.

Model przeciętnego konsumenta zakłada, iż jest to konsument poinformowany, uważny i ostrożny. Nie oznacza to jednak, że w każdym przypadku można od takiego konsumenta wymagać, aby posiadał pełną widzę, co do internetowych usług płatniczych. Inny poziom ostrożności wymagany jest od konsumenta wówczas, gdy korzysta z usług dobrze znanych, niemal codziennych, w typowych okolicznościach. Inna ocena będzie wymagana wówczas, gdy usługa jest nietypowa, stanowiąca swoistego rodzaju nowość (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 23 marca 2022 r. sygn. akt II CSKP 621/22, opubl. LEX nr 3417273). W judykaturze utrwalony jest nadto pogląd, że wzorzec przeciętnego konsumenta nie może być konstruowany w oderwaniu od ustalonych, odrębnie dla każdej sprawy warunków obrotu i realiów życia gospodarczego (zob. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 lipca 2002 r. sygn. akt I CKN 1319/00, z dnia 02 października 2007 r. sygn. akt II CSK 289/07, wyrok TSUE z dnia 22 czerwca 1999 r. C-342/97, z dnia 18 czerwca 2002 r. C-299/99).

Sąd przypomina przy tym, że test przeciętnego konsumenta nie jest testem statystycznym. W celu ustalenia typowej reakcji przeciętnego konsumenta w danym przypadku krajowe sądy i organy administracyjne powinny polegać na

własnej ocenie. Sądy mogą dokonywać samodzielnej oceny przy uwzględnieniu ogólnych domniemyanych oczekiwań konsumentów, bez konieczności zlecenia prac biegłym lub realizacji badań opinii konsumentów (zob. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, red. dr hab. Konrad Osajda, 2019, system Legalis, teza 88).

Przeciętny konsument, mimo pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, nie jest więc profesjonalistą. Może tym samym nie mieć w danej dziedzinie pełnej, kompletnej i specjalistycznej wiedzy. Oczywistym zatem jest, że trudno zakładać aby przeciętny konsument zdawał sobie sprawę np. z obowiązujących przepisów związanych z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu, z których wynikać mogą szczególne obowiązki wobec określonych podmiotów, które przekładają się na działania finansowe konsumenta. Przeciętny konsument może zdawać sobie sprawę, że do działania na platformie sprzedażowej powinien wskazać swoje podstawowe dane, ale do takich nie można już zaliczać kopii dokumentów tożsamości, czy wyciągów bankowych (i to określonym wzorze). Tym bardziej dla przeciętnego konsumenta, który ujawniania takie dodatkowe dane tylko celem weryfikacji jego tożsamości, może nie być zrozumiałe dlaczego na udostępnianych kopiach dokumentu nie może on poczynić adnotacji, w jakim celu są prezentowane, lub zanonimizować części danych wrażliwych.

Co więcej, legitymowanie się przez przeciętnego konsumenta odpowiednim poziomem wiedzy o internetowych platformach sprzedażowych, nie wyklucza możliwości wprowadzenia go w błąd przez przedsiębiorcę, co do zakresu tych uprawnień. Konsument dokonujący rejestracji do serwisu działa w zaufaniu do profesjonalisty - przedsiębiorcy. Zaufanie to, połączone ze słabszą pozycją konsumenta jako uczestnika obrotu oraz wartość sprzedanych towarów (odzież używana), może powodować, że konsumenci mogą mniej krytycznie podchodzić do zapewnień i oświadczeń składanych przez przedsiębiorcę co do zakresu przysługujących im uprawnień.

Na gruncie usług świadczonych przez Internet należy także uznać, że przeciętny konsument może działać w uzasadnionym przeświadczeniu, że przestrzeń wirtualna pozwala na udzielenie wszelkiego rodzaju informacji związanych z korzystaniem z platformy sprzedażowej (w odróżnieniu np. do materialnych ulotek reklamowanych). Dlatego zasadnym jest założenie, że konsument taki działa w przeświadczeniu, że wszelkie zaprezentowane mu informacje mają wpływ na prawa i obowiązki, a tym samym trudno zakładać, aby konsument taki przypuszczał, że wypłata środków uzyskanych ze sprzedaży może być w jakikolwiek dalszy sposób ograniczona.

Mając na uwadze powyższe wywody, Sąd przychylił się do ustaleń decyzji Prezesa Urzędu, że przeciętni konsumenci zdają sobie ponadto sprawę, że korzystając z serwisu, mogą dostosowywać decyzje zakupowe do swoich potrzeb – poprzez wybór udostępnianych mu opcji. Mają oni prawo przypuszczać, że oferowane przez serwis opcje są w nim jasno i czytelnie oznaczone. Nie mają oni zatem obowiązku podejmowania dodatkowych działań w zakresie sprawdzania każdej z funkcjonalności zapewnianych przez serwis. Konsumenci są również uprawnieni do tego, aby wszelkie istotne dla nich informacje, w tym informacje o zasadach wypłacania środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotu wystawionego na (...) .pl, były im przedstawione jasno i czytelnie oraz w odpowiednim momencie.

Brak jest przy tym podstaw dla różnicowania użytkowników portalu na sprzedających i kupujących, i wymagania aby ci pierwsi wykazywali się zwiększonym poziomem staranności i zapobiegliwości. Coraz większa popularność wymiany handlowej pomiędzy konsumentami, pozwala na stwierdzenie, że każda z grup – czy to kupujący, czy to sprzedający – mogą oczekiwać od podmiotu profesjonalnego wsparcia i pełnej informacji.

Zarzut 8. tj. naruszenie art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 84 ustawy u.o.k.i.k. poprzez przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów, skutkujące błędnym i dowolnym ustaleniem stanu faktycznego sprawy.

Postępowanie sądowe przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest postępowaniem kontradiktoryjnym, w którym uwzględnia się materiał dowodowy zgromadzony w postępowaniu administracyjnym, co nie pozbawia tym samym stron możliwości podnoszenia nowych twierdzeń faktycznych i nowych dowodów, według zasad obowiązujących w postępowaniu sądowym. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zobowiązany jest do wszechstronnego zbadania wszystkich istotnych okoliczności sprawy, przy uwzględnieniu zasad rozkładu ciężaru dowodu i obowiązku stron w postępowaniu dowodowym (vide wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 23 lutego

2007 r., sygn. akt VI ACa 952/06). Ewentualne naruszenie przepisów dotyczących zgromadzenia i oceny materiału dowodowego w toku prowadzonego postępowania administracyjnego nie jest przedmiotem postępowania przed tutejszym Sądem, jak również nie stanowi samoistnej podstawy uchylenia decyzji w tym postępowaniu, albowiem nie ma ono wpływu na ocenę prawidłowości zaskarżonej decyzji. Wniesienie odwołania od decyzji administracyjnej wszczyna bowiem postępowanie sądowe, w którym Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów rozpoznaje sprawę od nowa, w zakresie przedmiotu sprawy. Należy również stwierdzić, że specyficzny tryb postępowania, z jakim mamy do czynienia w przedmiotowej sprawie, zasadza się na założeniu, że organ w toku postępowania administracyjnego gromadzi dowody na poparcie swoich twierdzeń, zaś strona odwołująca się, w procesie zwalcza te dowody przedstawiając sądowi inne dowody, które zmierzają do obalenia twierdzeń organu. Sąd na nowo przeprowadza zatem postępowanie dowodowe, gromadząc materiał dowodowy w postępowaniu sądowym, z tego też względu przebieg postępowania administracyjnego nie ma wpływu na ostateczną decyzję podejmowaną przez Sąd. Do strony odwołującej należy zatem wykazanie, że zaprezentowane przez organ dowody nie pozwalają na konkluzję taką jak w decyzji, zaś rzeczą Sądu nie jest zastąpienie organu i przeprowadzenie postępowania od początku, a jedynie ocena legalności decyzji i w zależności od przewidzianych prawem możliwości bądź zmiana decyzji bądź jej uchylenie. Na podstawie tak zebranego materiału dowodowego Sąd dokonuje ustaleń faktycznych oraz dokonuje subsumcji przepisów do ustalonego stanu faktycznego. Zgodnie z ugruntowanym w orzecznictwie poglądem (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 29 maja 1991 r., sygn. akt III CRN 120/91, Lex nr 3724; postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 7 października 1998 r., sygn. akt I CKN 265/98, Lex nr 35385; postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 11 sierpnia 1999 r., sygn. akt I CKN 351 /99, Lex nr 38556; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19 stycznia 2001 r., sygn. akt I CKN 1036/98, Lex nr 52708) Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie może ograniczyć rozpoznania sprawy wynikającej z odwołania od decyzji tylko do funkcji sprawdzającej prawidłowość postępowania administracyjnego, które poprzedza postępowania sądowe. Przekazanie przez Prezesa Urzędu odwołania wszczyna kontradiktoryjne postępowanie cywilne, którego celem nie jest przeprowadzenie kontroli postępowania administracyjnego ale merytoryczne rozstrzygnięcie sprawy.

Zarzut 9 tj. naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy u.o.k.i.k. w zw, z art. 8 k.p.a. poprzez ich błędne zastosowanie tj.:

- nałożenie kary, pomimo że odwołująca nie dopuściła się naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a co najmniej brak było po jej stronie umyślności naruszenia,
- brak transparentności rozstrzygnięcia organu w przedmiocie nałożenia kary pieniężnej,
- nałożenie kary pomimo precedensowego charakteru sprawy.

Co do zarzutu braku wykazania, że (...) nie dopuściła się naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w odniesieniu do czynu opisanego w pkt I.1. decyzji Sąd przedstawił stanowisko wyżej.

Jeżeli chodzi o brak umyślności w działaniach strony, to takich charakter zaniechania został ustalony przez Prezesa Urzędu i był uwzględniany przy nakładaniu kary pieniężnej. Norma art. 106 ust. 1 ustawy zakłada, że Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli ten działał choćby nieumyślnie.

Przywołany przepis wskazuje, że kara pieniężna może być nałożona a sam fakt naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Możliwość nałożenia kary pieniężnej nie jest uzależniona od tego, czy przedsiębiorca miał zamiar stosowania ww. praktyk, czy też dopuścił się tych praktyk nieumyślnie, nie mając świadomości, że postępuje w sposób sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami. Tym samym, podstawą do nałożenia kary pieniężnej nie jest wina, w tym wina umyślna (zob. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, fragment: Ochrona zbiorowych praw i interesów konsumentów, pacjentów oraz pasażerów w transporcie kolejowym. Komentarz praktyczny z orzecznictwem, M. M., 2019, system Legalis). Dla objęcia danej praktyki zakresem zakazu wystarczające jest wykazanie, że zachowanie przedsiębiorcy narusza przepisy prawa. Nie jest istotne stwierdzenie zamiaru naruszenia interesów konsumentów lub wyrządzenia szkody.

Kara pieniężna nakładana na podstawie przepisów omawianej ustawy ma tzw. charakter tzw. odpowiedzialności obiektywnej, wynikającej z samego faktu naruszenia norm prawnych (zob. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 29 kwietnia 1998 r., K 17/97, opubl. OTK 1998, nr 3, poz. 30; wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 26 marca 2002 r., SK 2/01, opubl. OTK-A 2002, nr 2, poz. 15). Oznacza to, że w sprawach deliktów administracyjnych przyjmuje się koncepcję winy obiektywnej, tj. opartej na przewadze obiektywnego faktu naruszenia normy sankcjonowanej, który sam w sobie uzasadnia postawienie zarzutu niezachowania należytej ostrożności wymaganej w stosunkach danego rodzaju. Przemawia to za odrzuceniem zasady domniemania niewinności jako reguły wiążącej organy orzekające o konsekwencjach popełnionego czynu. Oplata jako sankcja administracyjna nie jest sankcją w rozumieniu prawa karnego. Przesłanką konstruowania odpowiedzialności różnej od odpowiedzialności karnej jest legitymacja ustawodawcy do represjonowania bezprawia z tytułu samej niesubordynacji wobec porządku prawnego, w oderwaniu od warunku czynu, winy i podziałów na klasyczne rodzaje odpowiedzialności oraz poza ustawami karnymi (tzw. obiektywna koncepcja odpowiedzialności)" (zob. wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 24 stycznia 2006 r., oSK 52/04, opubl. OTK-A 2006, nr 1, poz. 6).

Odnosnie przywołanej w odwołaniu usprawiedliwionej nieświadomości bezprawności działań (nb. 126 odwołań), to oczywiście zidentyfikowanie takiej usprawiedliwionej bezprawności wyłącza winę przedsiębiorcy, a więc i podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Z taką sytuacją nie mamy jednak do czynienia w rozpoznawanej sprawie.

O bezprawności możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy – czyli jego działanie, jak również zaniechanie – jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody (zob. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - VII Wydział Gospodarczy z dnia 30 listopada 2021 r. sygn. akt VII AGa 527/21, opubl. Legalis nr 2681532). W przypadku praktyki opisanej w zaskarżonej decyzji, bezprawność zachowania powoda polegała na naruszeniu wyrażonego w pkt. I.1. decyzji w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Niezasadne jest założenie, że strona odwołująca działała w dobrej wierze, jako że brak obowiązków informacyjnych wynikających z powszechnie obowiązującego prawa, czy choćby aktów prawa miękkiego. Obowiązek poinformowania o głównych cechach świadczenia wynika z przywołanego art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz art. 12 ustawy o prawach konsumenta. Właściwa wykładnia tych przepisów prawa pozwala na wyprowadzenie określonych wniosków, co do zakresu obowiązków informacyjnych (...). Po stronie odwołującej mamy natomiast do czynienia z podmiotem profesjonalnym, na którym spoczywa szczególny obowiązek poszanowania obowiązującego porządku prawnego. Nie bez znaczenia pozostaje tu skala działalności strony.

Przepis ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie reguluje wprost instytucji odstąpienia od wymierzenia kary. Takie uprawnienie płynie z art. 16 tej ustawy, który zakłada, że Prezes Urzędu może, acz nie musi, nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną. Stanowi to wyraz tzw. uznania administracyjnego, rozumianego jako uprawnienie organu do wyboru konsekwencji prawnej. Uznanie to stanowi zatem sferą dyskrecjonalności, w ramach której organ władzy publicznej ma swobodę wyboru skutku prawnego, jaki w konkretnej sprawie będzie wiązał się z zaistnieniem danych okoliczności. Nie jest to więc tzw. decyzja związana, do której wydania obligują obowiązujące przepisy prawa (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 27 listopada 2019 r., sygn. akt I NSK 95/18, opubl. system Legalis, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 09 grudnia 2021 r. sygn. akt VII AGa 1040/20, z dnia 16 stycznia 2018 r. sygn. akt VII AGa 763/18, z dnia 07 września 2016 r. sygn. akt VI ACa 974/15). Pozostawienie oceny spełnienia przesłanek do nałożenia bądź odstąpienia od wymierzenia kary pieniężnej organowi regulacyjnemu, nie oznacza jednak, że ocena zasadności i legalności skorzystania z tej instytucji wyłączona jest spod kompetencji sądu (zob. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 października 2014 r. sygn. akt III SK 47/13, z dnia 06 lutego 2018 r. sygn. akt III SK 7/17). Należy jednak mieć tu na uwadze, że celem ustawodawcy umieszczającego decyzję w sferze uznania administracyjnego jest poszerzenie władzy organu, a konsekwencji kontrola sądowa w tym wypadku nie może sięgać głęboko, gdyż w

innym wypadku instytucja uznania administracyjnego stałaby się iluzoryczna. Jak szeroko uzasadnił to Sąd Najwyższy w sprawie o sygn. akt I NSK 95/18 (op.cit), należy tu pamiętać że to Prezes Urzędu kształtuje politykę wymiaru kar wobec przedsiębiorców popełniających delikty administracyjne. Dlatego też interwencja sądu w treść decyzji organu regulacyjnego powinna następować dopiero wtedy, gdy nosi ona znamiona dowolności tj. opiera się na arbitralnych przesłankach, zawiera zdawkowe i ogólnikowe uzasadnienie, odwołuje się do nieudowodnionych informacji itp.

Strona odwołująca podstawę odstąpienia od wymierzenia kary upatruje w precedensowym charakterze sprawy. Sąd nie podzielił argumentów przedstawionych w odwołaniu, a przede wszystkim nie uznał, że charakter sprawy może prowadzić do uznania, że Prezes Urzędu przekroczył granice uznania administracyjnego nakładając na spółkę karę.

W orzecznictwie przyjmuje się, że precedensowy charakter podejmowanego rozstrzygnięcia powinien być uwzględniany przy zastosowaniu reguły, że tam gdzie prawne granice zachowań przedsiębiorców na rynku zostały już wyznaczone w orzecznictwie sądowym, dopuszczalne jest orzekanie kar pieniężnych lub nakładanie wyższych kar pieniężnych niż w przypadku praktyk, które cechuje swoista „nowość” ( zob. wyrok Sądu Najwyższego - Izba Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych z dnia 21 kwietnia 2011 r. sygn. akt III SK 45/10, opubl. Legalis nr 432334, wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - VI Wydział Cywilny z dnia 23 marca 2017 r. sygn. akt VI ACA 1059/14, Legalis nr 2122874). Oznacza to, że ewentualny precedensowy charakter sprawy powinien przede wszystkim wpływać na wymiar kary, a nie na odstąpienia od jej nałożenia chociaż i taka sytuacja w okolicznościach danej sprawy nie jest wykluczona). Natomiast zdaniem Sądu Prezes Urzędu słusznie ustalił, że zaniechanie informacyjne (...) było wynikiem niedołożenia należytych starań w zakresie przekazania konsumentom pełnej i rzetelnej informacji, co do uprawnień i ograniczeń wynikających z korzystania z portalu sprzedażowego. O takim zaniechaniu dołożenia należytej staranności świadczy już chociażby fakt odesłania do regulaminu (...) sporządzonego w języku angielskim, lub częściowe określenie zasad związanych z wypłatą zgromadzonych środków w dokumencie Polityka Prywatności. Natomiast Regulamin odwołującej był w analizowanym zakresie ubogi, a przede wszystkim niejasny.

Obowiązki informacyjne nie są wyłączone w sytuacji, w której podmiot współpracuje z osobami trzecimi. (...) powinna przy analizie obowiązujących przepisów prawa, dojść do takich samych wniosków jak Prezes Urzędu oraz Sąd, i wyprowadzić z nich obowiązek udzielania stosownych pouczeń użytkownikom systemu. Nie mamy przy tym tu do czynienia z sytuacją, w której występuje rozbieżna wykładnia norm prawnych w orzecznictwie i literaturze, lub pojawiła się nowa ich interpretacja. Oczywiście właściwe rozumienie przepisów prawa wymaga ich stosownej wykładni, ale nie może zakładać, że konieczne są zapisy kazuistyczne. Nie do zaakceptowania jest założenie, że każdorazowa subsumpcja przepisów pod określony stan faktyczny ma charakter precedensowy. Słusznie przy tym jest stanowisko, że nie jest zadaniem Prezesa Urzędu projektowanie modeli działania przedsiębiorców, a jedynie następcze reagowanie na przypadki zachowań naruszających obowiązujący porządek prawny.

Należy mieć nadto na uwadze, że odstąpienie od nałożenia kary powinno dotyczyć tylko wyjątkowych sytuacji, gdy wymierzenie kary nawet w symbolicznej wysokości stanowiłoby dla przedsiębiorcy znaczącą dolegliwość, pozostającą w znaczącej sprzeczności ze stopniem winy oraz szkodliwością praktyki dla sfery interesów konsumentów (zob. K. Kohutek (w:) K. Kohutek, M. Sieradzka, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Warszawa 2014, s. 1010, zob. też postanowienie Sądu Najwyższego z 13 czerwca 2019 r., I NSK 7/19 oraz wyrok Sądu Najwyższego - Izba Kontroli Nadzwyczajnej i Spraw Publicznych z dnia 31 maja 2022 r. sygn. akt I NSKP 1/22, opubl. Legalis nr 2850181).

Sąd nie podzielił także zrzutów dotyczących braku transparentności rozstrzygnięcia w przedmiocie nałożenia kary.

Jak to wskazano wyżej, w myśl art. 106 ust. 1 ustawy, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W ustępie 3 tego przepisu wskazano sposób obliczania obrotu, m.in., że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat – w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Jednocześnie, zgodnie z art. 106 ust. 7 pkt 1 u.o.k.i.k., w przypadku gdy przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok

obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1, uwzględnia obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok.

(...) na wezwanie Prezesa Urzędu nie przedstawiła wymaganych informacji o obrotach w 2021 r., jako że zgodnie z ustawą o spółkach obowiązującą w (...) przedsiębiorca dysponuje terminem na złożenie rocznego sprawozdania finansowego wraz z raportem biegłego rewidenta do końca maja 2022 r. i w związku z tym przekazanie ww. informacji było niemożliwe. W konsekwencji obrót został ustalony na podstawie rachunku zysków i strat stanowiącego część sprawozdania finansowego za rok 2020. Działanie takie było prawidłowe. Właśnie dla sytuacji, w której przedsiębiorca nie dysponuje przed wydaniem decyzji danymi finansowymi niezbędnymi do ustalenia obrotu za rok obrotowy poprzedzający rok nałożenia kary, w art. 106 ust. 7 ustawy przewidziano, że Prezes Urzędu, nakładając karę pieniężną uwzględnia obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku obrotowym poprzedzającym ten rok. Przywołany przepis w żaden sposób nie uzależnia jego zastosowania od upływu terminów ustawowych na wywiązanie się obowiązków sprawozdawczych za określony rok. Takie założenie mogłoby paraliżować działania Prezesa Urzędu.

Dokument dotyczący przychodów za rok 2020 odnosił się do działalności Spółki w związku z prowadzeniem serwisów (...) w kilkunastu krajach. Wartość obrotu wynosiła (...) euro, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2021 r., tj. 4,5994 zł, stanowiło równowartość (...) zł. Tak określona kwota stanowiła górną granicę nałożenia kary pieniężnej, która stanowi (...) % obrotu. Pułap określony przepisami prawa dotyczy całego obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę i nie można go ograniczać do poszczególnych gałęzi, czy regionów działania. Kwestią zupełnie odrębną jest przywołane w odwołaniu odniesienie się do konkretnego segmentu rynkowego, w której dopuszczono się kwestionowanej praktyki. Okoliczność ta może wpływać na wysokość kary, a nie na jej maksymalny wymiar. W szczególności należy uwzględnić, czy dany rodzaj działalności przedsiębiorcy stanowi niewielką część ogółu uzyskiwanych przychodów, czy też stanowi ich główne źródło. Przenosząc to na sprawę niniejszą należało uwzględnić, że prowadzenie serwisów sprzedażowych i uzyskiwane z tego tytułu przychody w ramach Ochrony Kupującego stanowi podstawowy cel działalności strony i nie ma charakteru marginalnego.

Odrębnie należy podejść do ustalenia kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia do miarkowania kary. W tym zakresie Prezes Urzędu odniósł się do działalności polskiej wersji serwisu ((...).pl), z którą związany był w 2020 r. obrót w wysokości (...)zł. Takie działanie, jak zresztą słusznie zauważył strona odwołująca, było korzystne dla ukaranej. Przesądziło to o ustaleniu kwoty bazowej na niższym poziomie, bo stanowiącym (...) obrotu Spółki osiągniętego ogółem w 2020 r., tj. (...) zł.

Zarzut 10 tj. naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy u.o.k.i.k. poprzez ich błędne zastosowanie i nałożenie kary pieniężnej bez uwzględnienia w odpowiednim stopniu okoliczności mających wpływ na wymiar kary, takich jak zaniechanie praktyk, zakres działań podejmowanych w celu dobrowolnego usunięcia naruszenia oraz współpracy w toku postępowania.

Ustalając wysokość kar pieniężnych należy uwzględnić okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. W myśl art. 111 ustawy Prezes Urzędu, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także, w przypadku kary pieniężnej, okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Ponadto ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie.

Okolicznościami łagodzącymi są w szczególności:

- a) dobrowolne usunięcie skutków naruszenia,
- b) zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu,
- c) podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków,

d) współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania.

Natomiast okolicznościami obciążającymi są:

- a) znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków,
- b) znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem,
- c) dokonanie uprzednio podobnego naruszenia,
- d) umyślność naruszenia.

Na podstawie zgromadzonego w toku postępowania materiału dowodowego za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia i jego skutków. Praktyka odwołującej objęła swoim zasięgiem konsumentów korzystających z jej usług na terytorium całego kraju. Prezes zauważył, że spółka prowadzi jeden z największych serwisów poświęconych sprzedaży używanych ubrań i akcesoriów. W konsekwencji stosowane przez (...) praktyki mogły wywrzeć wpływ na sytuację wielu konsumentów, co skutkowało podwyższeniem kwoty bazowej o (...).

Jako okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uwzględnił fakt zaniechania praktyki przez Spółkę ((...)) oraz współpracę w toku prowadzonego postępowania ((...)). Ponadto Prezes Urzędu wziął pod uwagę szeroki zakres modyfikacji, jakie spółka wprowadziła w serwisie w związku z obowiązkami weryfikacyjnymi (zmiana regulaminu, zmiana procedury aktywacji e-portfela, aktualizacja informacji w Centrum Pomocy, dodatkowa akcja informacyjna, wytyczne dotyczące wymogów, jakie muszą spełniać dokumenty przekazywane w ramach KYC) oraz fakt, iż część z nich została wprowadzona już w marcu 2022 r.

W związku z powyższym kwotę bazową zmniejszono o łącznie (...).

Matematyczne odliczenie powyższych wartości dało kwotę kary wskazaną w pkt IV.2. decyzji.

W sprawie nie mogły wywołać zamierzone przez odwołującą skutku powołanie się na „Wyjaśnienia Prezesa Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie ustalenia wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów” opublikowane w dniu 1 maja 2013 r. Po pierwsze wyjaśnienia te nie miały charakteru prawnie wiążącego, a pod drugie w chwili wydawania decyzji, na skutek nowelizacji art. 111 ustawy o Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie obowiązywały.

W ocenie Sądu wysokość nałożonej kary jest także adekwatna do współdziałania odwołującej w toku prowadzonego postępowania. Taki był zresztą obowiązek spółki wynikający z art. 50 ustawy. Dlatego powszechnie przyjmuje się, że przedkładanie przez przedsiębiorcę Prezesowi UOKiK na jego wezwanie dokumentów i składanie wyjaśnień stanowi wypełnienie ustawowego obowiązku, nie może być premiowane znacznym obniżeniem wymiaru kary (zob. np. wyrok Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 10 października 2017 r. sygn. akt XVII AmA 49/15, opubl. Legalis nr 1750897).

Kara wymierzana za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów winna być realnie dolegliwa dla przedsiębiorcy, by osiągnęła zamierzony przez ustawodawcę cel. Skuteczna kara to kara, która pozostaje dla przedsiębiorcy dotkliwa. Aby natomiast zachować ten wymóg przy ocenie jej wysokości nie można kierować się nieokreślonymi „obiektywnymi kryteriami”, ale potencjałem ekonomicznym przedsiębiorcy. Należy także pamiętać, że administracyjne kary pieniężne nie mają wyłącznie charakteru sankcji karnych, gdyż ich funkcja nie ogranicza się do represji za naruszenie nakazów i zakazów, ale równie istotna jest jej funkcja prewencyjna i dyscyplinująca. Z jednej strony kara ma zatem być odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, jako reakcja na naruszenie przepisów prawa, ale także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość, i to zarówno dla podmiotu karanego, jak i dla całego środowiska (prewencja szczególna i ogólna). Kara ta ma za zadanie motywować adresatów norm prawnych do ich respektowania i służyć zapobieżeniu powtórnemu naruszeniu obowiązków w przyszłości. Należy także zgodzić się z twierdzeniem przedstawionym przez



Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 14 lutego 2012 r. sygn. akt III SK 24/11 (opubl. OSNP 2013/1-2/25), że sankcje pieniężne nie mają wyłącznie charakteru wymuszająco - prewencyjnego, wobec czego niezasadne jest uznanie, że niedopuszczalne jest nałożenie kary pieniężnej w przypadku zakończenia stanu naruszenia przepisów.

Zarzut 11 tj. naruszenie art. 26 ust. 2 ustawy w zw. z art. 27 ust. 4 ustawy oraz w zw. z art. 6 ust. 1 i 3 oraz art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym poprzez ich błędne zastosowanie i nałożenie środków usunięcia trwających skutków naruszenia nieproporcjonalnych w stosunku do stwierdzonej praktyki.

Zgodnie z normą art. 26 ust. 4 ustawy u.o.k.i.k. w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Katalog środków mających na celu usunięcie skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest otwarty. Oczywiście środki te powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków. Ich ustalenia następuje zatem na tle określonego stanu faktycznego.

Obowiązki określone przywołanym przepisem zakładają, że nie zawsze zaprzestanie stosowania określonej praktyki przez przedsiębiorcę jest równoznaczne z wyeliminowaniem skutków jej stosowania. Dlatego konieczne jest podjęcie działań związanych z ich usunięciem.

W ocenie Sądu nałożenie na (...) obowiązku złożenia jednokrotnego oświadczenia wraz z obowiązkiem zamieszczenia hiperłącza do treści decyzji w serwisie (...) oraz w publicznie dostępnym serwisie (...), odpowiada formie działania strony. Mamy tu przeto do czynienia z działalnością w formie internetowej, a zatem to umieszczenie odpowiednich oświadczeń w formie elektronicznej, a nie w innych środkach przekazu, wywołać może oczekiwany skutek. Wybrany przez Prezesa Urzędu środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest też proporcjonalny i właściwy do osiągnięcia zakładanego celu. Upublicznienie informacji o naruszeniu pozwoli także na przyczynienie się do zwiększenia świadomości konsumentów.

Należy także mieć na uwadze funkcję prewencyjną, która w tym wypadku polega na odstraszeniu od stosowania tego rodzaju praktyk. Ma to zapobiec stosowaniu określonych działań i zaniechań w przyszłości nie tylko przez naruszydca, lecz także przez innych przedsiębiorców ( zob. Kohutek Konrad, Sieradzka Małgorzata, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Kohutek Konrad, Sieradzka Małgorzata, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Opublikowano: LEX 2014).

Słuszne okazały się uwagi Prezesa Urzędu, że pomimo tego że serwis (...) stanowi (w ocenie (...)) bezpośredniego konkurenta strony, to należało mieć na uwadze, że odwołująca prowadzi swój profil w tym serwisie. Profil ten pełni tam przede wszystkim funkcję marketingową i promocyjną. Skoro jest to jedna z przyjętych form pozyskania nowych klientów i zachęcenia do korzystania z serwisu (...).pl, należy przyjąć że stanowi także właściwą formę do poinformowania konsumentów o nieprawidłowościach jakich dopuściła się spółka.

Zarzut 12. tj. naruszenie art. 107 § 1 i 3 k.p.a. w zw. z art. 11 k.p.a. w zw. z art. 83 ustawy u.o.k.i.k. poprzez ich niezastosowanie i dokonanie ustaleń powodujących wewnętrzną sprzeczność decyzji tj. m.in. kolizje uzasadnienia z sentencją oraz wewnętrzną niejasności i sprzeczności w samym uzasadnieniu, co uniemożliwia skuteczne prowadzenie kontroli sądowej.

Odnosząc się do powyższego zarzutu, w pierwszej kolejności należy skoncentrować się na okolicznościach przytoczonych w nb. 168 odwołania. W jego treści odwołująca powieliła argumentacje dotyczącą niejasności dotyczących określania kwoty bazowej, mającej wpływ na wysokość kary.

Jak to już Sąd wskazał w odniesieniu do zarzutu 9. Prezes Urzędu określając górną granicę kary uwzględnił globalny obrót (...) określony na (...) zł. Kwota ta stanowiła podstawę określenia kwoty bazowej podlegającej miarkowaniu. Niemniej jednak, ustalając kwotę bazową Prezes Urzędu miał na uwadze, że obrót z tytułu działalności prowadzonej

na terenie Polski wyniósł (...)zł. Skutkowało to obniżeniem kwoty bazowej podlegającej dalszemu miarkowaniu aż do (...) obrotu podstawowego, co dało kwotę (...) zł. Podstawy tak znacznego obniżenia kwoty bazowej zostały wyszczególnione w uzasadnieniu decyzji.

Sąd nie dostrzegł także nieścisłości pomiędzy opisem praktyk odwołującej zawartym w sentencji decyzji, a jej uzasadnieniem. Nie istnieją wątpliwości dotyczące prawidłowości sformułowania treści pkt I decyzji, odnoszące się do tego, na czym polegało przypisane spółce bezprawne zachowanie. Wprost wskazano podstawę prawną, z którą powiązano nieuczciwą praktykę rynkową, a dalej działaniem godzącym w zbiorowe interesy konsumentów.

Decyzja w pkt I.1. wskazuje, że działanie spółki polegało na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o tym, że otrzymanie przez nich środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów w serwisie (...) .pl z wykorzystaniem usług zapewniających Ochronę Kupującego może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych warunków. Do takich okoliczności sprawy odniesiono się także w uzasadnieniu decyzji (poszczególne nb. uzasadnienia decyzji zostały przytoczone w nb. 177 pisma pozwanego z dnia 13 października 2022 r.). Dla przykładu, uzasadniając sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1 decyzji Prezes Urzędu wskazał:

- informacje o warunkach, na jakich konsumenci mogą otrzymywać środki pieniężne z tytułu sprzedaży przedmiotów wystawionych na (...) .pl należy uznać za istotne dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy (nb. 149),
- do 21 kwietnia 2022 r. informacje o warunkach, jakie konsument musi spełnić w związku z wypłacaniem środków pieniężnych za przedmioty sprzedane na (...) .pl z wykorzystaniem zintegrowanych usług płatności, nie były przekazywane konsumentom w jasny i jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie (nb. 154),
- Postanowienia Regulaminu (...) tym bardziej nie wskazywały, że wypłata środków pieniężnych ze sprzedaży przedmiotów może być uzależniona od dalszych etapów tej procedury, co wiąże się z przekazaniem określonych dokumentów (nb. 156),
- W toku postępowania ustalono ponadto, że informacja o warunkach otrzymania środków pieniężnych z tytułu sprzedaży przedmiotów z wykorzystaniem usług zintegrowanej płatności nie była udzielana konsumentom również bezpośrednio przed założeniem e-portfela (nb. 165).

Natomiast odnoszenie się do zasad weryfikacji tożsamości, było naturalną konsekwencją tego, że warunki wypłaty środków zgromadzonych w e-portfelu, było od niej uzależnione. W żadnym wypadku nie sposób jednak przyjąć, że sentencja decyzji odnosiła się do praktyki polegającej na nieinformowaniu o konieczności spełnienia dodatkowych warunków, a w uzasadnieniu decyzji zarzucono nieprzekazywanie konsumentom informacji o podmiocie prowadzącym procedurę weryfikacji tożsamości oraz o szczegółowych wymogach w zakresie dokumentów i informacji, które powinny być przekazywane na poszczególnych etapach weryfikacji.

Zarzut 13 tj. naruszenie art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. w zw. z art. 142 k.p.a. w zw. z art. 16 ust. 2 i 4 rozporządzenia 2017/2394 w zw. z art. 84 u.o.k.i.k. poprzez ich niezastosowanie i odmowę zawieszenia postępowania lub jego przedłużenia do czasu rozstrzygnięcia w postępowaniu toczącym się równoległe przed Komisją Europejską w przedmiocie tych samych praktyk.

W myśl art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. organ administracji publicznej obligatoryjnie zawiesza postępowanie gdy rozpatrzenie sprawy i wydanie decyzji zależy od uprzedniego rozstrzygnięcia zagadnienia wstępnego przez inny organ lub sąd. Chodzi tu zatem o sytuację, w której występuje tzw. zagadnienie wstępne (prejudykat). Zagadnienia wstępnego nie stanowi sytuacja, w której do rozstrzygnięcia kwestii wynikłej w toku postępowania właściwy jest organ prowadzący postępowanie. Wystąpi jedynie wówczas, gdy kompetentny do jego rozstrzygnięcia jest inny organ administracji publicznej lub sąd ( B. Adamiak, w: B. Adamiak, J. Borkowski, KPA. Komentarz, 2009, s. 359; A. Wiktorowska, w: M. Wierzbowski, Postępowanie administracyjne, 2012, s. 134–135; wyr. NSA z 24.2.2012 r., II OSK 2378/10, Legalis; wyr. WSA w Poznaniu z 13.3.2013 r., IV SA/Po 1229/12, Legalis ). Zatem wstrzymanie toku

postępowania administracyjnego z przyczyny wskazanej w art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. nastąpi, jeżeli organ prowadzący postępowanie nie dysponuje "elementem" pozwalającym rozstrzygnąć władczo o prawach i obowiązkach stron tworzonego przezeń stosunku administracyjnoprawnego ( zob. Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz red. prof. dr hab. Roman Hauser, prof. dr hab. Marek Wierzbowski, 2023, system Legalis). Dlatego przyjmuje się, iż do zagadnienia wstępnego można klasyfikować tylko takie problemy, których rozstrzygnięcie należy do kompetencji innego organu administracji publicznej lub sądu powszechnego. Przesłanki zawieszenia postępowania administracyjnego zostały wyczerpująco określone w art. 97 § 1 k.p.a. Nie można przy interpretacji tego przepisu stosować wykładni rozszerzającej. Zawieszenie postępowania jest instytucją tamującą bieg postępowania i opóźniającą merytoryczne rozstrzygnięcie sprawy, dlatego winno mieć zastosowanie tylko w przypadkach określonych przez ustawodawcę. Jak to szczegółowo uzasadnił Wojewódzki Sąd Administracyjny w Poznaniu w uzasadnieniu wyroku z dnia 22 października 2014 r. sygn. akt IV SA/Po 556/14 ( opubl. Legalis nr 1104915) przepisy postępowania administracyjnego nie przybliżają prawnego znaczenia pojęć "inny organ" czy "sąd". Jedyna wskazówka służąca do ustalenia ich zakresu, jaka wynika z przepisu, związana jest koniecznością posiadania przez nie charakteru podmiotów rozstrzygających, skoro samo zagadnienie wstępne wymaga "rozstrzygnięcia". Na cechę tych pojęć zwróciło uwagę orzecznictwo sądowe, podkreślając, że "inny organ lub sąd", o których mowa w art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. to organy państwowe powołane do stosowania prawa (orzekające), a nie do stanowienia prawa. Oczekiwanie zatem na przykład na przewidywaną zmianę stanu prawnego (na wydanie aktu normatywnego) w zakresie dotyczącym rozpoznawanej sprawy nie jest zagadnieniem wstępnym, które mogłoby uzasadniać zawieszenie postępowania na zasadzie art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. ( wyr. NSA z dnia 29 stycznia 1996 r., I SA 1843/94, ONSA 1996, nr 4, poz. 191; wyr. NSA z dnia 8 czerwca 2005 r., II GSK 80/05, ONSAiWSA 2006, nr 3, poz. 80). Innym organem może być każdy organ państwowy (organ władzy publicznej) uprawniony na podstawie przepisów prawa lub porozumienia do podejmowania rozstrzygnięć, zasadniczo indywidualnych, w formach przewidzianych prawem ( patrz Komentarz do art. 97 Kodeksu postępowania administracyjnego, Grzegorz Łaszczycza). Mając powyższe na uwadze, nie sposób przyjąć by wydanie decyzji w sprawie było możliwe dopiero po uzyskaniu decyzji (opinii) Komisji Europejskiej. Takie stanowisko nie zasługuje na uwzględnienie, albowiem Komisja Europejska nie stanowi prawa polskiego, a jej stanowisko nie ma bezpośredniego związku ze sprawą. Za stosowanie prawa europejskiego w poszczególnych państwach odpowiadają rządy krajowe, zaś Komisja monitoruje prawidłowość ich działań w tym zakresie. Komisja rozpatruje skargi dotyczące naruszenia tegoż prawa przez państwo członkowskie, a nie spraw prywatnych.

Podobnie wypowiedział się Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 27 lutego 2019 r. o sygn. akt II GSK 313/17 (opubl. Legalis nr 1883738), wskazując że przepis art. 97 § 1 pkt 4 k.p.a. znajduje zastosowanie, w sytuacji gdy w toku sprawy administracyjnej pojawia się zagadnienie wstępne, to znaczy takie zagadnienie, bez rozstrzygnięcia którego nie jest możliwe załatwienie istoty sprawy administracyjnej, przy czym właściwym do rozstrzygnięcia tego zagadnienia wstępnego jest inny organ lub sąd. Oczekiwanie na ewentualne wszczęcie, a następnie rozstrzygnięcie przez Komisję Europejską sprawy, której przedmiot nie stanowi zagadnienia wstępnego w sprawie nie znajduje podstaw w przywołanym przepisie.

Zgodnie z art. 16 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (ue) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (we) nr 2006/2004 z dnia 12 grudnia 2017 r. (Dz.Urz.U.E.L Nr 345, str. 1) właściwe organy zajmujące się danym naruszeniem powszechnym lub naruszeniem powszechnym o wymiarze unijnym koordynują podjęcie środków dochodzeniowych i środków egzekwowania prawa celem wyeliminowania tego naruszenia. Niezwłocznie wymieniają wszelkie niezbędne dowody i informacje i udzielają sobie nawzajem oraz Komisji potrzebnej pomocy. Natomiast w myśl ust. 4 bez uszczerbku dla ust. 2 niniejsze rozporządzenie nie wpływa na prowadzenie przez właściwe organy krajowych działań dochodzeniowych i działań w zakresie egzekwowania prawa w sprawie tego samego naruszenia i tego samego przedsięwzięcia.

Zarzut 14 tj. naruszenie art.8., 11, 13 k.p.a. w zw. z art. 2 ust. 1 i art. 83 ustawy u.o.k.i.k. w zw. z art. 2 Konstytucji RP w zw. z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k. poprzez ich niezastosowanie, polegające na prowadzeniu postępowania w sposób niekonsekwentny i niewyczerpujący, niebudzący zaufania do władzy publicznej, niemający na względzie załatwienia

sprawy bez użycia środków penalizujących w sposób ugodowy, a w konsekwencji niewydanie decyzji zobowiązującej pomimo zaistnienia ku temu przesłanek.

Wobec powyższego zarzutu Sąd wskazuje, że jednym z wyjątków związanym z niewydawaniem decyzji uznającej określone praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest uprzednie wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 ustawy o.k.i.k. Decyzja taka jest środkiem zmierzającym do polubownego rozstrzygnięcia powstałego sporu ( zob. M. Sieradzka, w: Kohutek, Sieradzka, OKiKU. Komentarz, s. 678). Decyzje zobowiązujące są samodzielnymi decyzjami kończącymi postępowanie w sprawie, gdyż w wypadku ich wydania Prezes UOKiK nie orzeka już o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję albo o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ( tak Postępowania odrębne. Tom 6 System Postępowania Cywilnego, red. dr hab. Anna Machnikowska, 2022, system Legalis). W przepisie art. 28 ust. 4 ustawy o.k.i.k. przewidziano bowiem, że w przypadku wydania decyzji zobowiązaniowej nie stosuje się m.in. art. 27 ustawy o.k.i.k., co oznacza, że nie wydaje się wówczas decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającej zaniechanie jej stosowania. Przepis art. 27 i 28 ustawy o.k.i.k. wykluczają się nawzajem. Tym samym wydanie decyzji zobowiązującej powoduje wyłączenie możliwości wydania decyzji o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję lub zbiorowe interesy konsumentów oraz nakładającej karę pieniężną za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów (art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawa o.k.i.k.), i odwrotnie tj. w przypadku wydania decyzji uznającej, nie można wydać już decyzji zobowiązującej.

Obecnie utrwalony jest przy tym pogląd, że dopuszczalny jest w toku postępowania przed Sądem zarzut naruszenia art. 28 ustawy. Jak wyjaśnił Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 26 października 2016 r. sygn. akt III SK 54/15 (opubl. OSNP 2018 nr 2, poz. 26, str. 113) uznanie takiego zarzutu może nastąpić jeżeli organ ochrony konsumentów nie wydał decyzji zobowiązującej wbrew (i) wypracowanym w swojej praktyce orzeczniczej standardom postępowania, (ii) zasadom, do respektowania których zobowiązał się w stosunku do uczestników rynku wskutek ewentualnego upublicznienia wszelkiego rodzaju wyjaśnień, wytycznych, zaleceń, i tym podobnych dokumentów przybliżających uczestnikom rynku sposób wykładni i stosowania publicznoprawnych reguł ochrony konsumentów, (iii) w przypadku wykazania naruszenia zasady równego traktowania przedsiębiorców dopuszczających się tożsamyh praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Ingerencja sądowa w samą decyzję organu, co do zastosowania art. 28 ustawy bądź nałożenia kary pieniężnej, ma charakter wyjątkowy. Jest niewątpliwie dopuszczalna wówczas, gdy organ w ogóle nie uzasadnia w danej sprawie sposobu wykorzystania przysługujących mu kompetencji uznaniowych, bądź gdy w ocenie sądu doszło do swoistego nadużycia uznania regulacyjnego, poprzez nałożenia kary pieniężnej w takich okolicznościach faktycznych, które czynią wymierzoną sankcję niesprawiedliwą. W pozostałych przypadkach, z uwagi na funkcje kar pieniężnych (zwłaszcza zaś prewencyjną) oraz ścisły związek polityki nakładania kar pieniężnych ze skuteczną realizacją polityki ochrony konsumentów, tylko wyjątkowo jest możliwe zakwestionowanie przez sąd zastosowania art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy (tak Sąd Najwyższy w cytowanym już wyżej wyroku z dnia 26 października 2016 r. sygn. akt III SK 54/15). Ponadto należy pamiętać, że Prezes Urzędu nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy przedsiębiorca wystąpi z wnioskiem o jej wydanie. Przepisy nie obligują bowiem organu ochrony konsumentów do wydania decyzji zobowiązującej, a jedynie stwarzają mu prawną możliwość wydania takiej decyzji (zob. Małgorzata Sieradzka, Komentarz do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod red. K.Kohutka, system Lex). Organ administracyjny ma więc swobodę w wyborze rodzaju decyzji. Swoboda ta jest ograniczona koniecznością ziszczenia się przesłanek niezbędnych do jej wydania. Kontrola odmowy wydania decyzji zobowiązującej przez sąd może mieć miejsce tylko wyjątkowo, w sytuacji, gdy doszło do naruszenia podstawowych zasad porządku prawnego. Prezes Urzędu, podejmując decyzję co do wydania rozstrzygnięcia na podstawie art. 28 lub rozstrzygnięcia na podstawie art. 26 i art. 27 ustawy, powinien natomiast kierować się w szczególności celami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz skutkami praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (zob. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - VII Wydział Gospodarczy z dnia 19 września 2018 r. sygn. VII AGa 1116/18, opubl. Legalis nr 1865647). Każdorazowo należy natomiast ocenić, jakie orzeczenie w konkretnej sytuacji będzie lepsze dla interesu publicznego. Zgodnie z art. 1 ustawy akt ten określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Tym samym decyzja zobowiązaniowa

nie powinna zostać wydana w sytuacji, w której w określonym stanie faktycznym interes publiczny nie jest należycie chroniony. Ponadto Prezes Urzędu powinien uwzględnić także dodatkowe okoliczności sprawy, a sama gotowość współdziałania po stronie przedsiębiorcy nie może mieć charakteru dominującego. Należy zatem wziąć pod uwagę np. dobro chronione i charakter naruszenia, a także wszelkie inne towarzyszące temu naruszeniu działania lub zaniechania.

W ocenie Sądu uwzględniając powyższe założenia oraz przedstawione poglądy judykatury, w sprawie nie zachodziły podstawy do uwzględnienia omawianego zarzutu. W uzasadnieniu decyzji przedstawiono okoliczności, które przesądziły o nieuwzględnieniu propozycji strony odwołującej (nb. 12-16). Zdaniem Prezesa Urzędu przedstawione przez odwołującą propozycje nie stanowiły podstawy do przyjęcia zobowiązania w sprawie. Kluczową kwestią dla praktyki, o której mowa w pkt I.1 decyzji, jest brak informowania konsumentów o ograniczeniach w wypłacie środków pieniężnych ze sprzedaży związanych z weryfikacją tożsamości w określonym czasie (tj. najpóźniej przed pierwszą sprzedażą w serwisie). W konsekwencji (...), nie zapewni usunięcia skutków praktyki polegających na braku możliwości wypłaty ich należności. To do konsumentów należy bowiem decyzja, czy chcą przekazać informacje i dokumenty dotyczące tożsamości podmiotowi trzeciemu obsługującemu płatność.

Do przedstawionego stanowiska należało się przychylić.

Podsumowując zarzuty dotyczące decyzji Prezesa Urzędu w pkt I.1. nie prowadziły one do zmiany lub uchylecia decyzji. Skutkowało to oddaleniem części odwołania w pkt 3 wyroku. Jednocześnie wobec uchylecia decyzji w pkt I.2., w pkt 2 wyroku doszło do modyfikacji pkt II i III decyzji poprzez jej zmianę w sposób prowadzący do wyeliminowaniu zobowiązań odnoszących się do pkt I.2. decyzji, a pozostawienie tych koncentrujących się na pkt I.1. decyzji.

### ***Zarzuty dotyczące pkt I.2. decyzji***

W pkt I.2. decyzji Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie (...) z siedzibą w W. polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...) .pl bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W kontekście powyższego zarzutu Prezes Urzędu ustalił, że spółka umożliwia dwa modele zakupu przedmiotów wystawionych w serwisie (...) .pl – „Zakup z Ochroną Kupującego”, który jest realizowany za pomocą opcji „Kup teraz” i wiąże się ze skorzystaniem ze zintegrowanych usług oraz uiszczeniem opłaty oraz „Zakup Bez Ochrony Kupującego” polegający na bezpośrednim ustaleniu warunków sprzedaży ze sprzedającym, bez korzystania ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki lub Zintegrowanej Usługi Płatności oraz związanych z nią opłat.

Strona odwołująca zarzuciła w tym zakresie przede wszystkim naruszenie art. 24 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k. w zw. z art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r., poprzez ich niewłaściwe zastosowanie i błędne ustalenie, że działanie polegające na rzekomym nieinformowaniu konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu na platformie (...) .pl bezpośrednio od sprzedającego, bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego, stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, pomimo że:

- powyższe działanie nie wprowadza konsumentów w błąd, ponieważ w rzeczywistości nie oferuje konsumentom opcji zakupu na platformie (...) .pl bezpośrednio od sprzedającego, a transakcje bezpośrednie ze sprzedającym realizowane są poza platformą (...) .pl, tj. bez udziału odwołującej,

- w Regulaminie, który konsument akceptuje rejestrując się na platformie (...)pl, strona informuje o ryzyku związanym z zawarciem transakcji bezpośredniej ze sprzedającym bez jej udziału, tj. z wyłączeniem pośrednictwa platformy (...)pl oraz o tym, że transakcje takie nie wiążą się z żadną ochroną jaką spółka zapewnia użytkownikom tej platformy,

- powyższe działanie nie wprowadza konsumentów w błąd, ponieważ nawet jeśli spółka pomijałaby takie informacje, to zaniechanie to nie powoduje zniekształcenia decyzji przeciętnego konsumenta odnośnie do zawarcia umowy na platformie (...)pl, albowiem, w szczególności, platforma ta nie służy do zawierania transakcji bezpośrednich ze sprzedającym. Rejestrując się na platformie (...)pl konsument akceptuje model działalności tej platformy, oferując konsumentom możliwość dokonywania transakcji za pośrednictwem platformy (...)pl, a nie z jej pominięciem.

Sąd podzielił w zakresie pkt I.2. decyzji argumentację przedstawioną przez stronę odwołującą.

W stanie faktycznym sprawy nie można wywodzić twierdzenia o istnieniu dwóch modeli zakupu przedmiotów wystawionych w serwisie z samego brzmienia Regulaminu, prezentacji ceny, czy dostępnych funkcjonalności.

Przede wszystkim wbrew twierdzeniu pozwanego, potwierdzenie istnienia dwóch modeli zakupu przedmiotów wystawionych w serwisie nie znalazło się w piśmie odwołującej z dnia 09 sierpnia 2021 r. (k. 105 akt administracyjnych). W piśmie tym wskazano jedynie, że istnieje możliwość zakupu przedmiotów wystawionych w serwisie bez opłaty za „Ochronę Kupującego”. Może to nastąpić poprzez bezpośrednie uzgodnienie transakcji pomiędzy stronami przy wykorzystaniu komunikatora (...) (prywatne wiadomości). W piśmie tym wskazano nadto, że (...) pozwala swoim użytkownikom kontaktować się ze sobą właśnie za pośrednictwem tych prywatnych wiadomości i zgadza się na dokonywanie transakcji poza platformą. W tej sytuacji sprzedający i kupujący bezpośrednio uzgadniają sposób płatności i opcje wysyłki. Sąd zauważa przy tym, że w piśmie tym (k. 111) wprost przytoczono zapisy znajdujące się w zakładce Centrum Pomocy, z których wynika, że „Nasz program Ochrona Kupujących dotyczy wyłącznie zamówień złożonych za pomocą przycisku „Kup teraz”. Jeśli twoje zamówienie zostało złożone inną metodą, w sprawie ewentualnego zwrotu przedmiotu i pieniędzy skontaktuj się bezpośrednio ze sprzedającym, ponieważ my nie będziemy w stanie pomóc”.

Zresztą to nie twierdzenia przedstawione w piśmie strony, ale faktyczna architektura serwisu oraz zawarte na nim informacje i pouczenia, analizowane jako całość, wpłynęły na wydane orzeczenie.

W ocenie Sądu przytoczone w uzasadnieniu decyzji Prezesa Urzędu zapisy Regulaminu należy odczytywać jako informację o skutkach dokonania zakupu bezpośredniego tj. bez skorzystania z dostarczonej przez (...) opcji Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki lub Zintegrowanej Płatności. Zawarte są tam informacje o:

- braku gwarancji bezpieczeństwa płatności,
- braku wsparcia dla kupującego lub sprzedającego, w tym odpowiedzialności (...) za spory zaistniałe pomiędzy stronami,
- konieczności bezpośredniego negocjowania wszystkich szczegółów zakupu.

Zapisy te korelują z treścią wyjaśnień przedstawionych przez (...) w piśmie z dnia 09 sierpnia 2021 r., albowiem potwierdzają tezę, że spółka oficjalnie nie zakazywała dokonywania transakcji bezpośrednich pomiędzy sprzedającym a kupującym, nie zakazywała także prowadzenia służących temu rozmów z użyciem komunikatora serwisu, jakkolwiek w żaden sposób nie ingerowała w te negocjacje i nie powinna być w żaden sposób z nimi wiązana.

Sąd zgadza się z twierdzeniem odwołującej, że to w jaki sposób konsumenci wykorzystują możliwość kontaktu za pośrednictwem platformy nie determinuje zakresu usług oferowanych przez (...). Zapisy Regulaminu, przy uwzględnieniu całej funkcjonalności serwisu (o czym dalej), należy odczytywać jako informację służącą uświadomieniu konsumentowi, że serwis zapewnia mu ochronę tylko wówczas, gdy ten dokona zakupu zgodnie z

przeznaczeniem serwisu tj. przy wykorzystaniu przycisku „kup teraz” oraz po zapłacie dodatkowej opłaty za Ochronę Kupującego.

Budowa serwisu tj. możliwość zakupu poprzez przycisk „kup teraz”, który przekierowuje na stronę płatności, na której wyliczana jest dodatkowo opłata za Ochronę Kupującego, również wskazuje, że jest to jedyna opcja dokonania transakcji jaką oferuje (...).pl

Żadne funkcje serwisu nie wskazywały natomiast, żeby zakup z użyciem tego przycisku, a co się z tym wiąże z Ochroną Kupującego, stanowił jedynie opcję zakupu. W szczególności opcji zakupu z Ochroną Kupującego nie można było odznaczyć w dedykowanym do tego okienku.

W uzasadnieniu decyzji wskazano więc, że opcja wybrania przycisku „Zapytaj o przedmiot” nie jest – i to słusznie – kojarzona przez konsumenta z możliwością zakupu przedmiotu w sposób inny niż z wykorzystaniem opcji „kup teraz”. Taka opcja zakupu nie jest bowiem oferowana przez (...), i nie jest celem działalności serwisu.

Sąd podzielił także wywody odwołania związane z prezentacją ceny za sprzedawane przedmioty. Wbrew uzasadnieniu decyzji, przepis art. 12 ust. 1 pkt 5 ustawy o prawach konsumenta nie narzuca, aby przy przedmiocie wystawionym do sprzedaży prezentowana była cena całkowita tj. z uwzględnieniem opłaty za Ochronę Kupującego. Zgodnie z treścią tego przepisu najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o (...) łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości - sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat - o obowiązku ich uiszczenia. Ustawodawca określa zatem ostatni możliwy moment na realizację obowiązków informacyjnych, jakim jest zaakceptowanie oferty przez konsumenta (tak Lubasz Dominik (red.), Namysłowska Monika (red.), Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz Lubasz Dominik (red.), Namysłowska Monika (red.), Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz Opublikowano: WK 2015)

Przepis ten należy odczytywać nadto przy uwzględnieniu art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83/UE, w myśl którego przekazanie informacji powinno nastąpić zanim konsument zostanie związany umową.

Informacje, w tym te dotyczące ceny, powinny być zatem udzielone, zanim konsument stanie się prawnie związany wobec przedsiębiorcy (zob. Czech Tomasz, Prawa konsumenta. Komentarz, wyd. II Opublikowano: WKP 2020, teza 34 do art. 12)

Rozwiązanie takie sprzyja urzeczywistnieniu zamierzonej ochrony konsumenta przez udzielenie mu informacji na odpowiednio wczesnym etapie kontraktowania, tzn. kiedy konsument nie podjął jeszcze – relewantnej prawnie – decyzji o zawarciu umowy z przedsiębiorcą (por. np. M. Pecyna [w:] System Prawa Handlowego, t. 5, s. 208).

W ocenie Sąd w tym wypadku nic nie stoi na przeszkodzie etapowemu dostarczaniu tych informacji.

Sąd podkreśla przy tym, iż wobec treści pkt I.2. decyzji przedmiotem jego oceny nie jest to, czy wprowadzające w błąd było prezentowanie ceny przedmiotów bez uwzględnienia obligatoryjnej opłaty, jaką musi ponieść konsument w celu zakupienia (nb. 194 decyzji), a jedynie to, czy doszło do wprowadzającego w błąd nieinformowania konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...).pl bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego. Aby poczynić takie ustalenia musiałaby zostać spełniona przesłanka podstawowa tj. w ogóle taka opcja zakupu musiałaby być dostarczana przez (...). Z poczynionych ustaleń wynika, że tak nie było. Na ocenę tę nie może wpływać fakt, że konsumenci wykorzystywali funkcjonalność oferowaną przez platformę do własnych celów tj. dla umówienia się na dokonanie sprzedaży poza serwisem.

Na błędne rozumienie sposobu zakupu za pośrednictwem serwisu wskazuje przy tym model biznesowy przyjęty przez odwołującą. Narzędzie cyfrowe dostarczane przez spółkę nie ma charakteru nieodpłatnego, w tym sensie że spółka nie pobiera żadnych należności od kupujących. Przy każdym zakupie dokonywanym za pośrednictwem przycisku „Kup teraz” (czy to bez, czy to z negocjacją ceny) pobrana jest opłata z tytułu usługi Ochrony Kupującego. Usługa ta opisana już została we wcześniejszej części uzasadnienia, natomiast gwoździ przypomnienia Sąd wskazuje jedynie, że chroni ona kupującego przed nieuczciwymi transakcjami oraz zapewnia wsparcie odwołującej.

Sąd przychyliła się do poglądu odwołania, że istnieje zasadnicza różnica między sytuacją, w której przedsiębiorca oferuje swoim klientom określoną usługę lub funkcjonalność, a sytuacją, w której po prostu nie zakazuje określonego działania, odbywającego się poza nim i bez jego udziału. O ile bezspornym jest, że w pierwszym przypadku oferowanie usług powoduje określone aktywne obowiązki informacyjne przedsiębiorcy, to brak jest podstaw prawnych do rozciągania obowiązków informacyjnych na drugą z przytoczonych sytuacji (nb. 67 odwołania).

Przywołane w uzasadnieniu decyzji zapisy Regulaminu w omawianym zakresie muszą być wykładane i interpretowane łącznie. Jak stanowił jego punkt 5.4 w przypadku, gdy transakcja jest sprzedażą (a nie wymianą), Zintegrowana Usługa Płatności i Wysyłki jest automatycznie oferowana kupującym. Jeżeli kupujący wybierze Zintegrowaną Usługę Płatności i Wysyłki, uznaje się, że zaakceptował on ofertę sprzedającego, gdy kliknie "Zapłać" na stronie płatności. Natomiast po myśli punktu 5.5 Regulaminu kupujący może podjąć decyzję o nieskorzystaniu ze Zintegrowanej Usługi Płatności i Wysyłki. W takim przypadku kupujący i sprzedający ponoszą wyłączną odpowiedzialność za organizację i konsekwencje Wysyłki Przedmiotu i nie mogą korzystać ze świadczonej przez (...) w tym zakresie pomocy. Analiza tych zapisów wskazuje, że decydując się na zakup przedmiotu równocześnie kupujący korzysta z Zintegrowanej Usługi Płatności. Gdy nie decyduje się na skorzystanie z takiej płatności, to w ogóle nie ma mowy o transakcji za pośrednictwem platformy sprzedażowej. Strony organizują sprzedaż na własne ryzyko. Przytoczone zapisy Regulaminu nie mogą być natomiast odczytywane jako wskazanie innej opcji zakupu, tj. Bez Ochrony Kupującego.

W ocenie Sądu ze zbyt dużą dowolnością Prezes Urzędy przyjął, że przycisk „Zapytaj o przedmiot” stanowi ścieżkę do zakupu bezpośredniego. Sama użyta nomenklatura świadczy o tym, że chodzi tu o rozpoczęcie konwersacji dotyczącej wystawionego przedmiotu, a nie sposobu jego zakupu. Sformułowanie „Zapytaj o przedmiot” nie wskazuje na alternatywny sposób zakupu przedmiotu i nie można uznać, że stanowi on ukrytą opcję zakupu. To w jaki sposób użytkownicy wykorzystują możliwość kontaktu w zakresie odnoszącym się do przedmiotu, tj. dla poczynienia ustaleń dotyczących pominięcia Ochrony Kupującego i w konsekwencji wynagrodzenia dla odwołującej, nie może determinować zakresu usług świadczonych przez (...).

Nie mamy tu w ocenie Sądu z udostępnieniem narzędzi do różnych sposobów zakupu. Wręcz przeciwnie przycisk „Kup teraz” sugeruje, że jest to jedyny sposób nabycia produktu. Przeciętny konsument, tak powinien rozumieć tę informację.

Powyższych ustaleń nie zmienia sposób prezentacji ceny w serwisie (abstrahując już o argumentów dotyczących dopuszczalności takiej prezentacji). Co prawda w okresie objętym decyzją przy oferowanych przedmiotach prezentowana była jedynie cena odnosząca się do samego przedmiotu, jakkolwiek informacja o opłacie za Ochronę Kupującego, a dalej o cenie łącznej, prezentowana była bezpośrednio przed złożeniem zamówienia. Takie działanie miało swoje uzasadnienia faktyczne związane z możliwością negocjacji ceny pomiędzy kupującym a sprzedającym (nie dotyczyło to opłaty za Ochronę Kupującego mającej charakter stały) oraz tym, że opłaty za Ochronę Kupującego nie mogły być naliczane z góry w sytuacji, w której kupujący kupuje więcej niż jeden przedmiot. To, czy faktycznie taki sposób prezentacji ceny był dla konsumentów jasny, nie stanowi przedmiotu niniejszego postępowania. Sąd związany był zarzutami przedstawionymi w sentencji decyzji, a te – jak to już podkreślono wyżej – odnosiły się tylko do nieinformowania konsumentów w jasny, jednoznaczny sposób oraz we właściwym czasie o możliwości oraz sposobie dokonania zakupu przedmiotu wystawionego w serwisie (...) .pl bez konieczności uiszczenia opłaty związanej z Ochroną Kupującego. Natomiast Sąd nie poddawał ocenie tego, czy opłata z tytułu Ochrony Kupującego powinna być



podawana od początku, co mogłoby mieć wpływ na uniknięcie wątpliwości, co do tego, czy opłata ta jest elementem opcjonalnym, czy też nie.

Podobnie na ocenę Sądu nie wpłynął sposób funkcjonowania serwisu przed 2019 r. tj. jeszcze przed jego uruchomieniem na rynku polskim opcji zakupu z Ochroną Kupującego. Po pierwsze Sąd nie dysponował wiarygodnym materiałem dowodowym pozwalającym określić w jakim sposób prezentowała się wówczas architektura serwisu oraz w jaki sposób mogło następować zawieranie transakcji bezpośrednich. Po drugie nic nie stało na przeszkodzie zmiany modelu działania odwołującej. Jak wynika ze zeznań przesłuchanego świadka O. S., od 2015 r. spółka zaczęła sukcesywnie wprowadzać opłatę za Ochronę Kupującego. Celem było doprowadzenie do sytuacji, aby wszystkie transakcje były dokonywane za pośrednictwem przycisku „kup teraz” tj. z systemem Ochrony Kupującego (k. k. 414 i 414v). Podobnie prezentowały się zeznania świadka A. B., która potwierdziła że spółka oferuje sprzedaż za pośrednictwem przycisku „kup teraz” z zintegrowanym systemem płatności, i nie ma możliwości sprzedaży bezpośredniej (k. 416). Co więcej świadek wskazała, że także przed 2019 r. platforma nie oferowała sprzedaży bezpośredniej, a jedynie komunikowanie się użytkowników (k. 416v). Zeznania powyższych świadków, uwzględniając ich spójność z pozostałym materiałem dowodowym, ocenione zostały przez Sąd jako wiarygodne.

Powyżej przedstawione okoliczności skutkowały uznaniem, że (...) w okresie objętym postępowaniem nie oferowała możliwości sprzedaży bezpośredniej, czyli z pominięciem Ochrony Kupującego, a w konsekwencji brak było po jej stronie obowiązku działania w zakresie udzielania konsumentom informacji o takiej formie transakcji. Skutkowało to w pkt 1 wyroku uchyleniem decyzji w pkt I.2., czego konsekwencją było także uchylenie decyzji w pkt IV.2 tj. w zakresie w jakim za naruszenie zarzucone spółce nałożono karę pieniężną. Zarzut 3 odwołania został uwzględniony w całości. Ma to wpływ także na uzasadnienie rozstrzygnięcia w odniesieniu do zarzutów 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12 13 i 14, jakkolwiek rozważania Sądu co do tych zarzutów przedstawione w odniesieniu do decyzji w pkt I.1. pozostają aktualne.

Następstwem uznania przez Sąd, że (...) nie można zarzucić zaniechania działań opisanych w pkt I.2. decyzji, a tym samym że nie doszło do naruszania art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz że nie zostały naruszone zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, była także dokonana w pkt 2 wyroku zmiana punktu II i III decyzja tj. doszło do modyfikacji pkt II i III decyzji poprzez jej zmianę w sposób prowadzący do wyeliminowaniu zobowiązań odnoszących się do pkt I.2. decyzji, a pozostawienie tych koncentrujących się na pkt I.1. decyzji.

Rozstrzygnięcie w pkt 4 wyroku odnosi się do art. 479<sup>31</sup> § 3 k.p.c. Zgodnie z jego treścią w razie uwzględnienia odwołania, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zaskarżoną decyzję albo uchyla, albo zmienia w całości lub w części i orzeka co do istoty sprawy. Jednocześnie sąd stwierdza, czy zaskarżona decyzja została wydana bez podstawy prawnej albo z rażącym naruszeniem prawa. Przepis ten nie rozszerza kognicji sądu, a jedynie nakazuje – w ramach dokonywanej kontroli – ocenę zaskarżonej decyzji na płaszczyźnie istnienia podstawy prawnej do jej wydania, ewentualnie rażącego naruszenia prawa przy jej wydawaniu. Takie okoliczności nie zostały stwierdzone. Częściowe uchylenie decyzji było następstwem odmiennej oceny ustalonego stanu faktycznego.

W pkt 5 wyroku orzeczono o kosztach procesu na podstawie art. 100 k.p.c. w zw. z art. 108 § 1 k.p.c. Zgodnie z pierwszym przepisem w razie częściowego tylko uwzględnienia żądań koszty będą wzajemnie zniesione. O zastosowaniu powyższej zasady Sąd orzekł w oparciu o kryterium słuszności, a nie tylko arytmetyczne rozliczenia poszczególnych kwot. Uwzględniono, że strona odwołująca w pierwszej kolejności wniosła o uchylenie całości decyzji Prezesa Urzędu, a Sąd nie znalazła podstaw dla uwzględnienia takiego żądania. Prezes Urzędu w swej decyzji prawidłowo uznał, że przedsiębiorca naruszył obowiązujące przepisy prawa, co znalazł swój wyraz w pkt I.1. decyzji. Zasadne okazały się jedynie zarzuty dotyczące pkt I.2. decyzji, co przełożyło się także na jej wzruszenie w pkt II, III, IV.2. Wążąc proporcje roszczenia żądania uwzględnionego i oddalonego, oraz różnicę kosztów poniesionych przez strony, Sąd ostatecznie uznał że zachodzą podstawy zastosowania wskazanej normy (por. postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 30 listopada 2021 r. sygn. akt VII AGz 355/21, niepubl.).

03.07.2023 r.

SSO Małgorzata Wiliński

Sygn. akt XVII AmA 63/22

# ZARZĄDZENIE

1. (...)

2. (...)

03.07.2023 r.

SSO Małgorzata Wiliński