

Nadużycia w dostawach produktów rolnych do sieci handlowych



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów poinformował niedawno o nałożeniu kolejnej kary na duże przedsiębiorstwo rynku rolnego w związku z wykorzystywaniem w relacjach z rolnikami przewagi kontraktowej. Urząd przygląda się również praktykom innych spółek skupujących zboża. „Prowadzimy w tym obszarze swoje własne analizy. Mali dostawcy produktów rolnych często nie chcą sygnalizować nieprawidłowości, nawet jeśli kontrakty są dla nich niekorzystne, bo zwykle są one podpisywane na lata” – mówi Małgorzata Cieloch, rzeczniczka UOKiK. Podobne wnioski płyną z badań rynku dostaw do wielkich sieci handlowych. Urząd zapowiada, że w ciągu kilku tygodni pojawi się raport w tej sprawie.

W najnowszej decyzji, opublikowanej 4 sierpnia, prezes UOKiK nałożył przeszło 300 tys. zł kary za nadużywanie przewagi kontraktowej na spółkę PolishAgri – lidera eksportu zbóż w zachodniej Polsce, która żądała od rolników całości zakontraktowanych dostaw, nawet jeśli nie byli oni w stanie tego zrobić z przyczyn niezależnych od nich.

„Rolnicy, najczęściej indywidualne gospodarstwa, które produkują np. jęczmień, pszenicę albo pszenżyto, mają kontrakty, które naszym zdaniem są bardzo nieuczciwe. Nadużywanie przewagi kontraktowej polega na tym, że jeśli występuje gradobicie, susza czy jakaś siła wyższa, na którą

rolnik nie ma żadnego wpływu, to mimo wszystko zgodnie z kontraktem, podpisanym na początku roku, musi dostarczyć te zboża” – mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Małgorzata Cieloch, dyrektor Departamentu Komunikacji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. „Jeśli tego nie robi, to, po pierwsze, albo może zakupić to zboże na tzw. rynku wolnym, żeby je dostarczyć do spółki. Jeśli nie może tego zrobić, to istnieje jeszcze tzw. zakup zastępczy, który wykonuje PolishAgri za rolnika, a rolnik musi za to zapłacić. W maju tego roku wydaliśmy bardzo podobną decyzję w stosunku do innego skupującego zboża od rolników, spółki Cefetra, gdzie nałożyliśmy ponad 2 mln zł kary”.

Urząd podkreśla w uzasadnieniu, że rolnicy doświadczyli w tym roku m.in. przymrozków wiosennych, długotrwałej suszy, a także ulewnych deszczy z gradobiciem. Niekorzystny wpływ na rynek zbóż mogą mieć również rosnące koszty środków produkcji, mediów i kredytów, a także trwająca w Ukrainie wojna. W niektórych przypadkach straty wynikające z działania siły wyższej przekraczały nawet 50 proc. średniej rocznej produkcji rolnej gospodarstwa dostawcy. „Spółka PolishAgri skupuje hurtowo różne gatunki zbóż, m.in. pszenicę, żyto, pszenżyto, jęczmień browarny, głównie od rolników indywidualnych, prowadzących swoje gospodarstwa na niewielką skalę. Strony działają w oparciu o przygotowany wzorzec umowy, a pojedynczy dostawca nie ma wpływu na jego treść” – wyjaśniono w komunikacie.

Wyrok nie jest prawomocny, a spółka może się odwołać do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Prezes UOKiK wszczął również siedem postępowań wyjaśniających dotyczących aktualnej sytuacji na rynku zbóż. Badane są działania siedmiu podmiotów skupujących zboże: Cargill Poland, ADM Direct Polska, Bunge Polska, Polskie Młyny, Viterra Polska (dawniej Glencore Polska), Louis Dreyfus Company Polska oraz Procam Polska. „Wszystkie umowy, które w sposób nierówny wpływałyby na obie strony kontraktu, czyli przerzucały całe ryzyko prowadzenia

działalności gospodarczej czy wystąpienia siły wyższej na słabszego, w tym wypadku na rolnika, to sytuacja, która nam się może nie podobać. Tego typu praktyka może się zakończyć karą do 3 proc. obrotu” – tłumaczy Małgorzata Cieloch.

Prowadzone badania to własna inicjatywa UOKiK, a nie wynik sygnałów od rolników. Jak podkreśla rzeczniczka urzędu, wielu drobnych dostawców obawia się zgłaszać nieprawidłowości, żeby nie stracić pewnego, wypłacalnego i wieloletniego odbiorcy, nawet jeśli kontrakt jest dla nich niekorzystny. „Oprócz rynku zbóż badamy również rynek dostaw do wielkich sieci handlowych. Raport będzie za kilka tygodni. Mamy tam zdiagnozowane kilka praktyk, które nam się nie podobają. One również najczęściej pochodzą z analiz rynku, które prowadziliśmy, a nie z sygnałów od przedsiębiorców, ponieważ dla mleczarni czy dla dostawcy owoców do dużej sieci handlowej bardzo często taka współpraca to jest być albo nie być” – informuje rzeczniczka UOKiK. „Pojawiają się różnego rodzaju opłaty, żeby naliczyć dodatkową cenę na tego dostawcę, który tak naprawdę nie do końca się ich spodziewa. Najczęściej są to opłaty logistyczne, laboratoryjne, informatyczne, promocyjno-marketingowe. To są sytuacje na pewno niekorzystne dla dostawców, rolników”.

To kolejny etap badania rynku dostaw do sieci handlowych. W ubiegłym roku UOKiK opublikował raport na temat stosowanych w takiej współpracy rabatów retrospektywnych (retrorabatów).

Jak wyjaśnia przedstawicielka urzędu, w przypadku postępowań wyjaśniających w kontekście nadużywania przewagi kontraktowej najlepszym rozstrzygnięciem jest zawarcie ugody między stronami, ponieważ jest to najszybszy sposób naprawienia relacji między dostawcą a odbiorcą. Polegać to ma głównie na rekompensacie strat, czyli zwrocie nadpłaconych kosztów rolnikowi i zaniechaniu napiętnowanych praktyk. Wówczas decyzja uprawomocnia się po 30 dniach i może być realizowana. Takie porozumienia udało się uzgodnić m.in. na rynku cukrowym (Südzucker Polska w 2019 roku). „Jeśli to jest niemożliwe, to wówczas wchodzi prezes urzędu z karą i wtedy te kary są

najczęściej albo najwyższe, albo jedno z najwyższych” – mówi Małgorzata Cieloch. „Najtrudniejszym przypadkiem jest oczywiście sytuacja, gdzie druga strona uważa, że nie złamała prawa, a my uważamy, że do tego doszło. Od decyzji prezesa UOKiK-u można odwołać się do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który rozstrzyga w tego typu sprawach. Wówczas następuje cały proces odwoławczy, SOKiK, później jest apelacja, a po niej kasacja. To są te schody, które może przejść decyzja prezesa urzędu, jeśli chodzi o odwołanie”.

Źródło: Newseria.pl

UOKiK radzi na co uważać, kupując przez internet świąteczne prezenty



Zamawiając prezenty świąteczne przez internet np. spoza UE przez platformy sprzedażowe, warto sprawdzić, kto jest sprzedawcą i za co odpowiada polski sklep. Jeśli sprzedawca jest w Azji, mogą być problemy z dochodzeniem praw – ostrzega UOKiK.

W czwartkowym komunikacie Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) radzi, by przed skorzystaniem z oferty sklepu internetowego typu: „Prosto od zagranicznego producenta, tanio”, „Nasi sprzedawcy z Azji”, „Klient jest

importerem towaru”, sprawdzić dane przedsiębiorcy, gdzie ma siedzibę, czas dostawy. Warto upewnić się, że nie mamy do czynienia jedynie z pośrednikiem, który za nic nie odpowiada.

„W tym roku wiele osób, aby zminimalizować ryzyko zakażenia koronawirusem (wirusem KPCh – przyp. redakcji), będzie zamawiać prezenty świąteczne przez internet. Niektóre z nich mogą być sprowadzane spoza Unii Europejskiej przez platformy sprzedażowe działające w modelu dropshippingu. Polega on na tym, że konsument ma do czynienia z dwoma przedsiębiorcami” – powiedział prezes UOKiK Tomasz Chróstny, cytowany w komunikacie. Wyjaśnił, że pierwszy to przeważnie sklep internetowy zarejestrowany w Polsce. Drugi to najczęściej przedsiębiorca z siedzibą na Dalekim Wschodzie, np. w Chinach.

„Bardzo ważne jest, aby przed zakupem sprawdzić w regulaminie, kto tak naprawdę jest sprzedawcą i za co odpowiada polski sklep. Jeśli sprzedawca jest w Azji, bądźmy świadomi, że mogą powstać problemy z dochodzeniem naszych praw konsumenckich” – podkreślił.

Szef UOKiK zaapelował do konsumentów, by zwracali uwagę, z kim zawierają umowę i kto odpowiada za jej realizację. „Jeśli na stronie internetowej lub w regulaminie pojawiają się zapisy typu ‘sprzedawca towaru z Azji’ czy ‘klient jako importer towaru uiszcza opłaty celno-skarbowe’, konsumentowi powinna się zapalić czerwona lampka” – zwraca uwagę UOKiK.

Jeśli klient zdecyduje się na zakup, musi mieć świadomość, że w przypadku problemów, np. z wysyłką czy wadliwym towarem, reklamację będzie składał w Azji i może mieć problem z jej wyegzekwowaniem – przypomina Urząd.

Warianty dropshippingu

Eksperti UOKiK zweryfikowali regulaminy sklepów działających w modelu dropshippingu. Wskazali na kilka wariantów dropshippingu. W pierwszym przedsiębiorca A jest sprzedawcą,

a przedsiębiorca B – dostawcą i taka sytuacja jest najkorzystniejsza dla konsumentów, bo za wszystko odpowiada polska firma i obowiązuje polskie prawo konsumenckie. Przed transakcją można sprawdzić przedsiębiorcę, a w razie ewentualnych problemów – dochodzić roszczeń od sklepu, który jest na miejscu.

W sytuacji kiedy przedsiębiorca A jest pośrednikiem, ale działa w imieniu i na rzecz konsumenta, a przedsiębiorca B jest sprzedawcą, polski sklep wyraźnie wskazuje w regulaminie, że bierze na siebie niektóre lub wszystkie obowiązki sprzedawcy. „Optymalne dla konsumenta jest, aby to polski przedsiębiorca odpowiadał np. za wady towaru z tytułu rękojmi, za dostarczenie zakupów w określonym czasie czy przyjmował zwroty w przypadku odstąpienia od umowy” – wskazał UOKiK.

Trzeci wariant, w którym przedsiębiorca A jest tylko pośrednikiem, a przedsiębiorca B – sprzedawcą, to najczęstsza i najmniej korzystna sytuacja dla konsumentów. Pośrednik ma wobec nich tylko takie obowiązki, jakie wpisał do regulaminu. Czasami nie wpisuje żadnych. W tym wariancie konsumenci często muszą samodzielnie wysyłać zwroty produktów lub reklamacje do dalekich krajów, gdzie mogą obowiązywać odmienne przepisy.

Chróstny zaapelował do polskich przedsiębiorców, aby konstruując regulaminy swoich e-sklepów, korzystali z wzorców, które są przyjazne, korzystne i przejrzyste dla konsumentów, aby brali na siebie obowiązki sprzedawców dotyczące reklamacji czy odstąpienia od umowy. „Taka postawa im się opłaci. Przy dużej konkurencji na rynku e-commerce konsumenci docenią, że nie są odsyłani z problemami do Chin i chętniej będą korzystać z oferty rzetelnych sklepów” – podkreślił prezes UOKiK.

Urząd radzi, by przed zakupem sprawdzić m.in., czy na stronie sklepu jest regulamin; jeśli nie ma, to najlepiej tam nie kupować, bo nie wiadomo, jakie są prawa i obowiązki; jeśli

jest, powinno się go dokładnie przeczytać i zwrócić uwagę, kto jest stroną umowy (sprzedawcą). Warto też sprawdzić, czy na stronie są kompletne informacje o sprzedawcy. Brak pełnej nazwy, siedziby czy danych kontaktowych może oznaczać, że sklep chce coś ukryć, np. że ma siedzibę poza UE. Podawanie danych i adresu przedsiębiorcy lub przedsiębiorcy, na którego rzecz działa, jest ustawowym obowiązkiem.

Dobrze jest zweryfikować również, czy firma ma siedzibę w Europejskim Obszarze Gospodarczym – w takim przypadku obowiązują prawa konsumenckie bardzo podobne do tych w Polsce, a w dochodzeniu roszczeń pomoże działające przy UOKiK Europejskie Centrum Konsumenckie.

W przypadku gdy klient miał do czynienia z nieuczciwym przedsiębiorcą internetowym, a płacił kartą, może odzyskać pieniądze dzięki tzw. procedurze chargeback, składając reklamację do banku. Jeśli zobaczy jakąś podejrzaną stronę, może zawiadomić firmę hostingową lub rejestratora domeny. Ich dane można ustalić na stronie: www.dns.pl lub whois.domaintools.com (dla domen zagranicznych). Jeśli dojdzie do oszustwa, powinno się zawiadomić organy ścigania – policję, prokuraturę.

UOKiK przypomina, że konsumenci mogą uzyskać pomoc pod numerami tel.: 801 440 220 lub 22 290 89 16 (infolinia konsumencka), pod adresem e-mail: porady@dlakonsumentow.pl, u rzeczników konsumentów, w Europejskim Centrum Konsumenckim, tel.: 22 55 60 600 – w sprawach transgranicznych dotyczących państw UE, Norwegii, Islandii i Wielkiej Brytanii.

Źródła: PAP, [UOKiK](#).