

INFORMACJA DLA WYSTAWCÓW
w sprawie oszustw dotyczących wysyłki ofert wpisów do katalogów targowych
(m.in. F – International Fairs Directory, Expoguide)

Polska Izba Przemysłu Targowego, podobnie jak liczne inne wiodące krajowe i międzynarodowe organizacje branży targowej, na czele z UFI - Światowym Stowarzyszeniem Przemysłu Targowego i AUMA - Stowarzyszeniem Niemieckiego Przemysłu Targowego, od lat odnotowują skargi od organizatorów targów i ich wystawców na temat oszustw polegających na oferowaniu im przez nieuczciwych wydawców wpisów do niewiarygodnych katalogów targowych pod takimi nazwami jak m.in. F – International Fairs Directory, czy Expoguide. W przededniu ponownego otwarcia targów po epidemii COVID-19 otrzymaliśmy sygnały, że firmy te znów są aktywne.

Aby wesprzeć organizatorów targów w Polsce i ich wystawców w walce z nieuczciwymi wydawcami katalogów targowych, opracowaliśmy poniższą informację, która jest formą porady. Zawiera ważne informacje i elementy analizy prawnej, jednak jako taka nie jest wyczerpująca. Udostępniając tę poradę PIPT kieruje się najwyższą troską o wystawców, jednak nie bierze odpowiedzialności za jej treść i skutek związany z jej wykorzystaniem.

Wydawcy nieoficjalnych katalogów docierają do wystawców w okresie, gdy przygotowują się oni do udziału w targach i oferują im umieszczenie wpisów w ich elektronicznych katalogach, o znacznie niższej jakości niż standardowe katalogi targowe, publikowanych online przez organizatorów targów. Niestety, warunki proponowanych ofert, które zwykle kryją się w informacji zapisanej w przesłanym formularzu małą, słabo widoczną czcionką, mogą skutkować nałożeniem na firmę wystawcy długoterminowych zobowiązań finansowych – tj. zapłaty nawet kilku tysięcy euro.

Jest niezmiernie ważne, aby wystawcy i organizatorzy targów mieli świadomość, iż duża skala i systematyczność szkodliwych działań skierowanych przeciwko wystawcom i profesjonalnym organizatorom targów i wystaw, oznaczają nie tylko straty finansowe dla przedsiębiorców, ale co gorsza - podważają reputację i wiarygodność całego przemysłu targowego.

Działająca na największym europejskim rynku targowym organizacja AUMA (Niemcy) zdołała przez lata zgromadzić dokumentację kilkuset przypadków oszustw, ma zatem dobrą orientację na temat tego jak działają wydawcy nieoficjalnych katalogów targowych. Dlatego poniższa informacja została opracowana głównie na bazie wiedzy uzyskanej od AUMA i ma na celu zarówno uświadomienie wystawcom biorącym udział w targach faktu prowadzenia przez wydawców nieoficjalnych katalogów targowych niedozwolonych praktyk, jak i pomoc zainteresowanym wystawcom.

Jak rozpoznać niewiarygodne oferty

Korespondencja z zapytaniem ofertowym otrzymana od wydawcy niewiarygodnego katalogu wystawców będzie sprawiać wrażenie jakoby była wysłana przez organizatora targów i stanowiła ofertę bezpłatnego wpisu lub aktualizacji istniejącego wpisu reklamowego w katalogu wystawców. Dotyczyć będzie targów, w których najprawdopodobniej wystawca planuje wziąć udział, mających odbyć się w niedalekiej przyszłości. Poprzez zastosowanie w wysłanym formularzu ofertowym informacji o numerze klienta lub umieszczenie logo targów, udaje się sprawić wrażenie jakoby istniała już relacja biznesowa z danym wystawcą. W rzeczywistości oferta nie ma nic wspólnego z organizatorem targów ani żadnymi jego targami. Szczegóły dotyczące opłaty za wpis do katalogu będą umieszczone małą czcionką. W niektórych przypadkach do korespondencji będzie dołączony inny formularz, zawierający podstawową informację na temat wystawcy, wraz z prośbą o aktualizację treści wpisu. Często dla ułatwienia wystawcy przesłania odpowiedzi, dołączona będzie koperta z uiszczoną opłatą pocztową, celem zwrotu zaktualizowanego i podpisanego formularza zamówienia wpisu.

Proszę wykazać ostrożność w przypadku gdy:

- szczegóły dotyczące wysokości opłat oraz czasu trwania zobowiązań wynikających z umowy umieszczone są wyłącznie w warunkach oferty, sporządzonych małą czcionką;
- załączony formularz zawiera już pewne określone dane;
- publikacja wpisu do tzw. katalogu podstawowego lub katalogu online określane są jako bezpłatne;
- firma, która przesłała korespondencję ma swoją siedzibę za granicą;
- sugeruje się, w przypadku jakichkolwiek wątpliwości, kontakt z organizatorem targów.

Co powinien zrobić wystawca, gdy otrzyma ofertę wpisu do katalogu targowego?

Absolutnie należy upewnić się, czy otrzymana oferta jest wiarygodna. Nie należy podpisywać niewiarygodnej, podejrzanego oferty. Ponadto należy poinformować kolegów z firmy, w szczególności dział finansowo – księgowy, o fakcie otrzymania oferty oraz przybliżyć im zaistniałą sytuację, aby zmniejszyć ryzyko popełnienia błędu w przypadku powtórzenia się sytuacji. Należy wysłać kopię formularza do właściwej sobie branżowej izby gospodarczej lub do stowarzyszenia reprezentującego branżę, w której wystawca działa. Należy także wysłać oryginał otrzymanego formularza zamówienia wpisu do katalogu, jeśli to możliwe, opatrzonego stemplem daty wpływu dokumentu, wraz z wszystkimi otrzymanymi załącznikami, do wiadomości Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Co powinien zrobić wystawca, jeśli przez pomyłkę podpisał już formularz zamówienia?

Często jest tak, że dopiero po otrzymaniu faktury do zapłaty wystawcy orientują się, że przez pomyłkę podpisali umowę dotyczącą umieszczenia wpisu reklamowego w niewiarygodnym katalogu wystawców, za który należą się opłaty. W takim wypadku możliwe jest zakwestionowanie przez wystawcę ważności umowy na gruncie popełnionej pomyłki lub świadomego wprowadzenia w błąd wystawcy przez wydawcę. Powinien on wysłać odpowiedź do wydawcy, w której kwestionuje on ważność podpisanej umowy z powyższych względów i jasno stwierdza, że nie zamierza zapłacić faktury. Pismo można wysłać także pocztą elektroniczną.

Co stanie się gdy wystawca nie zapłaci faktury?

Wydawcy nieoficjalnych katalogów targowych w wielu wypadkach pozostają niewzruszeni wobec zakwestionowania ważności umowy i odmowy zapłaty, dlatego też wystawcy muszą być przygotowani na to, że wydawca będzie dążył do wyegzekwowania od nich swoich roszczeń, pomimo podważenia ważności umowy. Najczęściej wystawcy otrzymują kolejne faktury oraz monity zawierające stanowisko prawne wydawcy. Następnie najczęściej z wystawcą kontaktują się firmy windykacyjne, często z siedzibą za granicą, które grożą wystawcy wszczęciem procedur prawnych mających na celu egzekucję należności lub podjęciem kroków prawnych wobec wystawcy. Celem tych działań jest z reguły tylko zastraszenie wystawcy i skłonienie go do szybkiej zapłaty należności wynikających z faktur.

O ile nam wiadomo, żadna z organizacji targowych nie ma wiedzy o przypadkach podjęcia przez kogośkolwiek z wydawców nieoficjalnych katalogów jakichkolwiek kroków prawnych przeciwko oszukany wystawcom. Jednakże, gdyby zdarzyło się, że wystawca otrzyma sądowy nakaz zapłaty lub informację mówiącą, że przeciwko niemu zostały wszczęte procedury prawne, w takiej sytuacji zaleca się jednak, aby skorzystać z porady prawnej.

Co ma zrobić wystawca jeśli już zapłacił?

Jeśli umowa została zawarta z naruszeniem prawa lub jeśli można ją z powodzeniem podważyć, należy ją uznać za niewiążącą, co oznacza, że skutkuje ona brakiem dalszego obowiązku zapłaty należności, a także teoretycznie oznaczałyby, że poniesione już płatności podlegają zwrotowi. Jednakże jeśli wystawca zdecyduje się dochodzić zwrotu zapłaconych już należności, powinien dokonać poważnej oceny argumentów za i przeciw, biorąc pod uwagę nakłady czasowe i pieniężne związane z zatrudnieniem prawników i opłatami sądowymi. Co więcej, często zdarza się, że wydawcy, o których mowa, mają swoje siedziby w państwie leżącym poza Europą, lub że zawiesili już działalność albo zbankrutowali. Ponadto, ich sytuacja prawna nie zawsze jest klarowna. O ile znane są przypadki, w których sądy orzekły, iż zapłata dalszych należności nie jest zasadna, to jednak trzeba zauważyć, że obecnie wydawcy ci stosują już znacznie różniące się od siebie co do treści wersje ofert. Każda zmiana polegająca na przereklamowaniu dotychczas stosowanej treści oferty, powoduje powstanie nowego przypadku i konieczność ponownego przeanalizowania tego przypadku wpisu reklamowego od strony prawnej. Co więcej, w przypadku gdy sprawa dotyczy przedsiębiorstwa, stosuje się rygorystyczne

kryteria mające na celu sprawdzenie treści warunków umowy i faktu zapisania ich małą czcionką. Przykładowo, w górnej części formularza stosowanego przez Expoguide, widnieje napis w kolorze czerwonym informujący, że wpis do katalogu wiąże się z poniesieniem opłat. W tym przypadku jest zatem wątpliwe, czy sąd pozytywnie rozpatrzy wniosek o unieważnienie umowy.

Przykład odpowiedzi do wydawcy nieoficjalnego katalogu (w przypadku podpisania oferty)

Stowarzyszenie AUMA na swojej stronie internetowej (<https://www.auma.de/en/exhibit/legal-matters/expoguide>) prezentuje przykład pisma - odpowiedzi do wydawcy katalogu (na przykładzie Expoguide). Pozwalamy sobie przytoczyć treść tego pisma, jednak proszę zwrócić uwagę, że zawiera ono odniesienia do przepisów prawa niemieckiego.

„Szanowni Państwo,

w nawiązaniu do Waszego pisma z dnia oświadczam, że nie zamierzam dokonać zapłaty kwoty, której Państwo ode mnie oczekują. Pomiędzy Państwa firmą a mną nie została zawarta umowa wiążąca. W rozumieniu art.134 niemieckiego kodeksu cywilnego (BGB – Bürgerlich Gesetzbuch), umowa jest nieważna, ponieważ na podstawie art. 3 ust.1 i 2 UWG (niemiecka ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji UWG - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) stwierdzam, że prowadzą Państwo nieuczciwe działania konkurencyjne. Stosując przesłany mi formularz ofertowy wpisu, którego kopię załączam, wywołują Państwo wrażenie, iż istnieją już pomiędzy nami relacje biznesowe i w ten sposób, tuszują Państwo reklamowy charakter pisma.

Co więcej, stwierdzam, że zastosowana przez Państwa w formularzu klauzula, która mówi o opłatach za umieszczenie wpisu klienta do katalogu oraz o czasie trwania umowy, jest nieskuteczną częścią umowy – wykorzystuje bowiem element zaskoczenia, zgodnie z art. 305 c ust. 1 niemieckiego kodeksu cywilnego BGB, a tym samym jest niedozwoloną klauzulą umowną. Fakt, iż wpis reklamowy do katalogu i aktualizacja wpisu online są bezpłatne oraz fakt, że wysyłka formularza aktualizującego ten wpis za pomocą załączonego formularza z kopertą z uiszczoną opłatą pocztową, powoduje ściągnięcie na siebie opłaty w wysokości kilku tysięcy euro, stoją ze sobą w sprzeczności i stanowią element zaskoczenia. Ton pisma i załączonego doń formularza powodują wrażenie, że także w przypadku gdy ktoś aktualizuje informację, wpis do katalogu pozostaje bezpłatny. Dlatego też jest dla mnie logiczne jako dla klienta, że nie spodziewałbym się zostać obciążonym opłatą.

Zapobiegawczo kwestionuję zatem ważność umowy, w rozumieniu art. 119 ust.2 niemieckiego kodeksu cywilnego (BGB). W momencie gdy podpisywałem ofertę wpisu do katalogu wystawców, zakładałem, że wpis ten nie wiąże się z żadnymi opłatami. Informację o rzeczywistych opłatach za wpis do katalogu można uzyskać dopiero wówczas, gdy znajdzie się ukryty zapis o nich małą czcionką.

Zapobiegawczo stwierdzam także, na podstawie art. 138 niemieckiego kodeksu cywilnego BGB, że umowa jest nieważna, ponieważ zakres zaoferowanych usług jest nieproporcjonalny do wysokości żądanych opłat. Oświadczam, że nie będę odpowiadać na dalszą korespondencję od Państwa, ani na korespondencję od firmy windykacyjnej działającej na Państwa zlecenie. Ponadto zastrzegam sobie wyraźnie prawo do podjęcia kroków prawnych przeciwko Państwu w tej sprawie.”

Szanowni Państwo,

jak informowaliśmy na wstępie, powyższa informacja stanowi jedynie formę porady. Zawiera ważne informacje i elementy analizy prawnej, jednak jako taka nie jest wyczerpująca. Udostępniając poradę Polska Izba Przemysłu Targowego kieruje się najwyższą troską o wystawców, jednak nie bierze odpowiedzialności za jej treść i skutek związany z jej wykorzystaniem.

Polska Izba Przemysłu Targowego, 2020.