



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KRAKOWIE**

L.dz. RKR-6-60/06/JL- 10 /06

Kraków, dn. 28 września 2006 r.

DECYZJA nr RKR- 41 /2006

Na podstawie art. 100b ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2005 r. nr 244, poz. 2080 ze zm.), stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. nr 18, poz. 172 ze zm.)

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

odmawia się wszczęcia – na wniosek Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Rzeszowie – **postępowania pod zarzutem** stosowania przez „Lidl Polska Sklepy Spożywcze Sp. z o.o.” Sp. komandytowa z siedzibą w Jankowicach **praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**, polegających na odmowie sprzedaży towaru konsumpcyjnego w postaci oleju jadalnego w ilości większej niż 10 litrów jednorazowo.

Uzasadnienie

W dniu 3 lipca 2006 r. do Prezesa UOKiK - Delegatura w Krakowie wpłynął wniosek Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Rzeszowie o wszczęcie postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, stosowanej przez „Lidl Polska Sklepy Spożywcze Sp. z o.o.” Sp. k. (zwanego dalej „Lidl”), polegającej na odmowie sprzedaży towaru konsumpcyjnego w postaci oleju jadalnego w ilości większej niż 10 litrów jednorazowo.

Jak wskazał Rzecznik, przedmiotowa praktyka miała miejsce w jednym z sieci sklepów Lidl w Rzeszowie. Sklep ten – w przekazie reklamowym – oferował konsumentom olej jadalny w promocyjnej cenie 2,19 zł za litr. Dopiero w trakcie zakupów klienci byli informowani, iż jednorazowo nie można dokonać zakupu oleju jadalnego w ilości większej niż 10 litrów. Jako załącznik do wniosku została złożona pisemna skarga konsumenta skierowana do rzecznika.

W ocenie Rzecznika praktyka taka jest bezprawna i nieuzasadniona oraz ma na celu przyciągnięcie klienta do sklepu, aby przy okazji zakupu oleju w promocyjnej cenie nabył również i inne towary. Zdaniem Rzecznika działanie to jest bezprawne w świetle art. 135 Ustawy z dnia 20 maja 1971 r. Kodeks wykroczeń (Dz.U. z 1971 r. nr 12, poz. 114 ze zm.), który stanowi: *„Kto zajmując się sprzedażą towarów w przedsiębiorstwie handlu detalicznego lub w przedsiębiorstwie gastronomicznym, ukrywa przed nabywcą towar przeznaczony do sprzedaży lub umyślnie bez uzasadnionej przyczyny odmawia sprzedaży takiego towaru, podlega karze grzywny”*.

Rzecznik wniósł o:

1. nakazanie Lidl zaniechania stosowania powyższej praktyki;
2. zobowiązanie Lidl do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o tym, że bezprawnie odmawiał konsumentom sprzedaży oleju jadalnego w ilości większej niż 10 litrów;
3. nakazanie publikacji decyzji w całości lub w części na koszt Lidl w regionalnych podkarpackich czasopismach, tj. Gazecie Codziennej Nowiny, Super Nowości.

Z uwagi na brak informacji, czy przedstawiona praktyka miała miejsce tylko w Rzeszowie, czy też na terenie całego kraju, a także w celu wstępnego ustalenia, czy działania te mogą stanowić naruszenia zbiorowego interesu konsumentów, wszczęto – w dniu 7.07.2006 r. - postępowanie wyjaśniające w celu uzyskania dodatkowych informacji.

W toku postępowania wyjaśniającego Lidl wyjaśnił, że:

„Lidl Polska Sklepy Spożywcze Sp. z o.o.” Sp. komandytowa z siedzibą w Jankowicach działa w oparciu o wpis do Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS 0000172407. Spółka działa na terenie całego kraju poprzez sieć swoich sklepów, prowadzących detaliczną sprzedaż towarów konsumpcyjnych.

Sprzedaż oleju jadalnego w promocyjnej cenie 2,19 zł za litr miała miejsce w okresie jednego tygodnia, od dnia 6.06 do dnia 11.06.2006 r., a ograniczenie detalicznej ilości sprzedawanego oleju, jako maksymalnie 10 litrów, zostało dokonane jedynie w sklepie w Rzeszowie przy ul. Hetmańskiej 63.

Lidl podniósł także, iż przedmiotowe działania miały na celu umożliwienie jak największej liczbie konsumentów nabycie towaru w ilościach detalicznych po atrakcyjnej cenie. Ograniczenie takie zostało wprowadzone przez sklep w Rzeszowie w następstwie skarg konsumentów, którzy nie mogli nabyć danych towarów w cenie promocyjnej, gdyż inni klienci kupowali go w ilościach hurtowych.

Mając powyższe na uwadze, organ antymonopolowy ustalił i zważył, co następuje:

Art. 23a ust. 1 zd. 1 ustawy o ochronie (...) stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Zgodnie z ust. 2 tego przepisu, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ k.p.c., naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Sformułowanie „w szczególności” oznacza, że katalog praktyk wyliczonych w art. 23a ust. 2 ma charakter przykładowy, otwarty.

Do stwierdzenia praktyki, określonej w art. 23a ust.1, konieczne jest zatem wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) działanie przedsiębiorcy musi naruszać zbiorowe interesy konsumentów,
- 2) działanie powyższe musi nosić znamiona bezprawności.

Informacje uzyskane w trakcie postępowania wyjaśniającego wskazują, iż nie miało miejsca naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając jedynie w art. 23a ust. 1 zd. 2, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy (interes publicznoprawny).

W orzecznictwie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów utrwalił się pogląd, iż naruszenie interesu publicznoprawnego ma miejsce wówczas, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami prawa antymonopolowego dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska (wyrok SA z 24.01.1991 r., XV Amr 8/90; 4.07.2001 r. XVII Ama 108/00; 23.20.2002 r. XVII Ama 133/2001).

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z praktyką limitowania sprzedaży oleju jadalnego w sklepie Lidl położonym w Rzeszowie przy ul. Hetmańskiej 63, a zatem działania tego przedsiębiorcy dotyczą określonej grupy konsumentów, tj. klientów tego sklepu. Nie będziemy mieli tu zatem do czynienia z szerszym kręgiem konsumentów ani z powszechną praktyką. Brak jest zatem – w tym stanie rzeczy – podstaw do przyjęcia, że przesłanka naruszenia zbiorowego interesu konsumentów została spełniona, co jest już wystarczające do odmowy wszczęcia postępowania.

Tym nie mniej należy wskazać, iż druga przesłanka konieczna do uznania praktyki za naruszającą zbiorowy interes konsumentów, tj. bezprawność działania przedsiębiorcy, nie została także spełniona.

Na gruncie przepisu art. 23a ustawy o ochronie (...) samoistną przesłankę bezprawności można sformułować wyłącznie w przypadku jednego rodzaju praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, tj. ustalenia, że przedsiębiorca stosował w swoim wzorcu umowy postanowienia wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ k.p.c. W pozostałych przypadkach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów – a więc stosowania: nierzetelnej, nieprawdziwej lub niepełnej informacji oraz czynów nieuczciwej konkurencji, jak również innych praktyk naruszających te interesy, należy wykazać bezprawność tych działań.

Pojęcie bezprawności nie jest pojęciem prawnie zdefiniowanym. Należy zatem przyjąć, zgodnie z jego literalnym brzmieniem, że „działanie bezprawne” to zachowanie sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych oraz z dobrymi obyczajami.

Rzecznik podniósł, iż działania Lidl są bezprawne w świetle art. 135 Kodeksu wykroczeń. Stanowisko to budzi jednak poważne wątpliwości co do dopuszczalności zastosowania tego przepisu w przedmiotowej sprawie. Art. 135 Kodeksu wykroczeń reguluje bowiem sytuację, gdy sprzedawca ukrywa towar przed nabywcą lub też bezzasadnie odmawia sprzedaży tego towaru. W przedmiotowej sprawie nie mamy jednak do czynienia ani z ukrywaniem towaru, ani odmową jego sprzedaży. Występuje natomiast limitowanie jego nabycia, które nie mieści się w hipotezie analizowanego przepisu.

Zgodnie z art. 23a ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu nie orzeka o bezprawności działania, lecz o tym, że działanie bezprawne godzi w zbiorowe interesy konsumentów i

stanowi przez to praktykę zakazaną na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Oznacza to, że bezprawność konkretnego działania musi wprost i bez żadnych wątpliwości wynikać z przepisu prawa, który nakłada na przedsiębiorcę obowiązek konkretnego zachowania. Zatem art. 135 Kodeksu wykroczeń nie znajdzie tu zastosowania jako przesłanka bezprawności działań Lidl, gdyż nie wprowadza zakazu limitowania sprzedaży towarów.

Jednocześnie należy stwierdzić, iż przedmiotowe działania Spółki Lidl nie naruszają dobrych obyczajów, gdyż ograniczenia w sprzedaży zostały wprowadzone na skutek skarg konsumentów, których inni konsumenci - kupujący w ilościach hurtowych – mogą pozbawić możliwości nabycia towarów w promocyjnej cenie.

Zgodnie z art. 100b ust. 1 ustawy o ochronie (...) Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, odmówić wszczęcia postępowania, jeżeli z zawartych we wniosku oraz posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika w sposób oczywisty, że zbiorowe interesy konsumentów nie uległy naruszeniu. Brak naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz brak naruszenia przepisów prawnych oraz dobrych obyczajów (przesłanka bezprawności), skutkuje odmową wszczęcia postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie (...) w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura w Krakowie (31 – 011 Kraków, Plac Szczepański 5).

Z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Marek Szarzyński
Radca prawny

Otrzymuje:

Miejski Rzecznik Konsumentów w Rzeszowie
Urząd Miasta Rzeszowa
Pl. Ofiar Getta 7
35-002 Rzeszów