

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dn. 06.06.2007r.

RKT-61- 02/07/SB

DECYZJA Nr RKT- 17/2007

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 z zm.) 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 z późn. zm.), w związku z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko „Grześmlecz” Sp. z o.o. ul. Centralna 20 w Bielsku-Białej

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. na podstawie art. 23c ust. 1 w związku z art. 23a ust. 1 i 2 w/w ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, działanie „Grześmlecz” Sp. z o.o. w Bielsku-Białej, polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji co do regionu pochodzenia nabywanego produktu poprzez zamieszczenie na opakowaniu masła określeń, wprowadzających konsumentów w błąd, co jest sprzeczne z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 z zm.)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

2. Na podstawie art. 72 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 75 tej ustawy, postanawia się obciążyć „Grześmlecz” Sp. z o.o. kosztami przeprowadzonego postępowania i zobowiązać Spółkę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 28 zł (słownie złotych: dwadzieścia osiem).

Uzasadnienie

W dniu 11.01.2007r. w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym), z urzędu wszczęte zostało postępowanie w związku z podejrzeniem podejmowania przez „Grześmlecz” Sp. z o.o. w Bielsku-Białej – (zwanego dalej także jako Grześmlecz) bezprawnego działania noszącego znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o których mowa w art. 23 a ust. 1 i 2 przywołanej na wstępie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej dalej ustawą antymonopolową), polegającego na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji co do pochodzenia nabywanego produktu poprzez zamieszczenie na opakowaniu środka spożywczego określeń, które mogą wprowadzać konsumentów w błąd co do regionu pochodzenia produktu, co mogło być sprzeczne z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia

1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz.U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 z zm.) (Karta nr 2).

Postępowanie zostało wszczęte w związku z ustaleniami dokonanymi przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach Delegaturę w Bielsku-Białej – zwany dalej WIIH, w trakcie kontroli przeprowadzonej w siedzibie Spółki w dniach 19, 24 i 25 października 2006r. Opisano sposób oznaczania sprzedawanego produktu „masło 82%” o nazwie „Krażek Podbeskidzki”. Stwierdzono także, że Spółka zajmuje się jedynie konfekcjonowaniem bloków masła zakupionych od „Spółdzielni Mleczarskiej” w Białej Podlaskiej, „BIOMLEK” w Chełmie oraz „OSM” Ozorków w Ozorkowie (Karty nr 6-8).

Odnosząc się do zarzutu określonego we wszczęciu postępowania, Spółka nie zgodziła się z nim. Wyjaśniła, że sprzedawane masła zawierają pełne informacje niezbędne do całkowitej ich identyfikacji i nie naruszają jakichkolwiek uregulowań prawnych. Oznakowanie w pełni identyfikuje produkty i ich pochodzenie. Na opakowaniach zawarte są informacje o: podmiocie konfekcjonującym, dokładnym adresie producenta masła oraz numerze partii. W opinii Spółki konsument znajdzie na opakowaniach produktów czytelne informacje, które w żadnym przypadku nie wprowadzają go w błąd. Grześmleczył przedstawił trzy typy opakowań stosowanych do masła 82% o nazwach: „Krażek Podbeskidzki” oraz „Osełka Podbeskidzka”. W opinii Spółki określenia te są własnymi nazwami handlowymi, dodatkowo określającymi region, w którym masło jest konfekcjonowane. Poinformowano, iż sprzedawany produkt jest wynikiem konfekcjonowania surowca pochodzącego od „Spółdzielni Mleczarskiej” w Białej Podlaskiej, „BIOMLEK” w Chełmie, „OSM” Ozorków w Ozorkowie oraz „OLMLEK” w Olsztynie (Karty nr 13-14).

Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

W trakcie niniejszego postępowania, organ antymonopolowy ustalił, że Grześmleczył prowadzi działalność gospodarczą polegającą na produkcji artykułów spożywczych i napojów zgodnie z wpisem do KRS o numerze 0000149636 (Karta nr 26).

Na podstawie zgromadzonych opakowań produktów stwierdzono, co następuje.

Pierwszy z ocenianych produktów formowany jest w kształcie krążka i pakowany w pergamin (Karta nr 18). Na wierzchu opakowania umieszczony jest wyróżniającą się wielkością czcionki napis „KRAŻEK PODBESKIDZKI”. Dodatkowo podane są określenia „Regionalne mleczności” „Masło 82%”. Powyższe napisy umieszczone są na kole, którego część wykończona jest wzorem przypominającym koronkę. Na boku opakowania zamieszczono napisy: Masło Extra masa netto 200g, zawartość tłuszczu min. 82% PN-A-86155; Konfekcjonowano: „Grześmleczył” Sp. z o.o. 43-346 Bielsko-Biała, ul. Centralna 20, tel. (033) 82 85 538, Zakł. Prod.: 43-360 Bystra ul. Szczyrkowska 169. Dodatkowo zamieszczone są informacje:

1. Spółdzielnia Mleczarska ul. Brzeska 91, 21-500 Biała Podlaska,
2. BIOMLEK ul. Chemiczna 4, 22-100 Chełm,
3. OLMLEK ul. Poprzeczna 24, 10-339 Olsztyn,
4. OSM Ozorków ul. Cegielniana 27, 95-035 Ozorków.

Kolejny oferowany przez Grześmleczył produkt wyróżniającą się wielkością czcionki oznaczony został jako „Osełka Podbeskidzka” (Karta nr 17). Na opakowaniu zamieszczony jest napis „Regionalne mleczności” oraz „Masło” 82%. Powyższe napisy umieszczone są na owalu, którego cały brzeg przypomina koronkę. Na boku opakowania napisy: Waga netto: 300g, Masło Osełkowe, Zawartość tłuszczu min. 82%; PN-A-86155; Konfekcjonowano: „Grześmleczył” Sp. z o.o. 43-346 Bielsko-Biała, ul. Centralna 20 Zakł. Prod.: 43-360 Bystra ul. Szczyrkowska 169. Dodatkowo zamieszczone są informacje:

1. Spółdzielnia Mleczarska ul. Brzeska 91, 21-500 Biała Podlaska,

2. BIOMLEK ul. Chemiczna 4, 22-100 Chełm,
3. OLMLEK ul. Poprzeczna 24, 10-339 Olsztyn,
4. OSM Ozorków ul. Cegielniana 27, 95-035 Ozorków.

Ostatni oceniany produkt oferowany przez „Grześmlecz” oznaczany jest w sposób podobny jak poprzedni „Osełka Podbeskidzka”, „Regionalne mleczności”, „Masło” 82% (Karta nr 16). Jednak w tym przypadku powyższe napisy umieszczone są na pasie, którego brzegi wykończone są wzorem przypominającym koronkę. Na dole opakowania napisy: Waga netto: 220g, Masło Osełkowe, Zawartość tłuszczu min. 82%; PN-A-86155; Konfekcjonowano: „Grześmlecz” Sp. z o.o. 43-346 Bielsko-Biała, ul. Centralna 20 Zakł. Prod.: 43-360 Bystra ul. Szczyrkowska 169. Dodatkowo zamieszczone są informacje:

1. Spółdzielnia Mleczarska ul. Brzeska 91, 21-500 Biała Podlaska,
2. BIOMLEK ul. Chemiczna 4, 22-100 Chełm,
3. OLMLEK ul. Poprzeczna 24, 10-339 Olsztyn,
4. OSM Ozorków ul. Cegielniana 27, 95-035 Ozorków.

W produkcji ww. masel wykorzystywane jest masło ekstra produkowane w mleczarniach zlokalizowanych w województwach: warmińsko-mazurskim, lubelskim, łódzkim (Karta nr 14).

W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy antymonopolowej za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Ustawa antymonopolowa w art. 23 a ust. 2 stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 23a ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy na mocy art. 23c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwaji, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/

Wobec powyższego, aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Zarzucaną praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jest naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji co do regionu pochodzenia nabywanego produktu poprzez zamieszczenie na opakowaniu masła określeń, które wprowadzają konsumentów w błąd, co jest sprzeczne z art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z art. 10 ust. 1 tejże ustawy, czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 187, poz. 1577 z zm.) – dalej zwanej ustawą o jakości handlowej, w oznakowaniu środków spożywczych na opakowaniach jednostkowych i zbiorczych, przeznaczonych bezpośrednio dla konsumenta, podaje się: nazwę środka spożywczego; dane identyfikujące producenta, w tym firmę lub nazwę ze wskazaniem formy prawnej i jego adres, a w przypadku osoby fizycznej - imię i nazwisko oraz nazwę, pod którą osoba ta wykonuje działalność, oraz jej adres; inne dane niezbędne do identyfikacji środka spożywczego, istotne z punktu widzenia konsumenta. Art. 6 ust. 4 ustawy o jakości handlowej stanowi, że oznakowanie obejmuje wszelkie informacje w postaci wyrazów, opisu, znaku towarowego, firmy, elementów graficznych lub symboli odnoszących się do artykułów rolno-spożywczych, umieszczone na opakowaniu, w dokumencie, na ulotce, etykiecie, obwolucie albo zawieszce, które są dołączone do danego artykułu rolno-spożywczego, lub też go dotyczą. Art. 6 ust. 5 ustawy o jakości handlowej zastrzega, że oznakowanie artykułu rolno-spożywczego nie może w szczególności wprowadzać w błąd konsumenta co do tożsamości tego artykułu, w tym jego rodzaju, właściwości, składu, ilości, trwałości, pochodzenia oraz sposobu produkcji, lub sugerować, że artykuł ten posiada specjalne właściwości, jeżeli ich nie posiada lub jeżeli inne podobne artykuły rolno-spożywcze posiadają takie właściwości.

Jak ustalono, na opakowaniach podane są deklaracje dotyczące pochodzenia produktów. Posłużenie się sformułowaniami „Osełka Podbeskidzka” lub „Krażek Podbeskidzki” oraz „Regionalne mleczności”, sugeruje, że sprzedawane masła zostały wyprodukowane na terenie Podbeskidzia. „Podbeskidzie - określenie nieformalne, używane do określenia terenów geograficznie położonych u podnóża pasma Beskidów, często w zastępstwie przyjętych już terminów, np. Pogórze Śląskie. Termin ten bardziej szczegółowo określa położenie danej miejscowości, niż określenie Podkarpacie Północne. W nowym podziale administracyjnym terminem "Podbeskidzie" określa się często obszar powiatów bielskiego, cieszyńskiego i żywieckiego.”¹

Deklaracje sugerujące pochodzenie masła, informują o miejscu jego wytworzenia oraz o źródle pochodzenia surowców. Tym samym konsument czytając dane zamieszczone na opakowaniach dowiaduje się, iż zarówno mleko, jak i technologia wytworzenia masła są związane z regionem Podbeskidzia. W przedmiotowym przypadku dodatkowo zostało zadeklarowane, że produkty mają charakter „regionalny”. Istotne jest również wykorzystanie motywu koronek, który może być odbierany przez konsumentów jako potwierdzenie regionalnego charakteru produktu. Właśnie obszar Podbeskidzia na terenie, którego położona jest miejscowość Koniaków jest sławne z wyrobów koronczarskich.

Konsument łączy powyższe określenia z konkretnym terenem górskim Beskidu Śląskiego. Tereny górskie są identyfikowane jako czyste ekologicznie, co przekłada się na traktowanie nabywanego produktu jako zdrowszego od przetworów mlecznych

¹ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Podbeskidzie> z dnia 13.04.2007r.

wyprodukowanych z mleka pochodzącego z innych regionów. Zapewnienie, że masło zostało wyprodukowane w sposób regionalny, podkreśla wysoką jakość produktu, a także daje pewność, że spełnia ono wymagania tradycyjnego masła. Informacje te wpływają na decyzje nabywcze konsumentów. W zakresie wyboru środków spożywczych istotne znaczenia ma pochodzenie surowców, z których są wyprodukowane oraz sposoby i technologie ich wytworzenia.

Z przedstawionych dokumentów wynika, że Grześmlecz jedynie konfekcjonuje zakupione bloki masła Ekstra wytworzone w innych regionach Polski niż Podbeskidzie. Natomiast poprzez zamieszczenie na opakowaniach odpowiednich określeń, znaków, symboli, wywołuje przeświadczenie, iż masło nabywane przez konsumentów zostało wyprodukowane na terenie Podbeskidzia z surowców również pochodzących z tego terenu, co nie jest zgodne ze stanem faktycznym.

W opinii Spółki, ponieważ na terenie Podbeskidzia przeprowadzane jest konfekcjonowanie produktu, może ono być oznaczane w ustalony sposób. Dodatkowo Grześmlecz stwierdził, że na opakowaniach są podane szczegółowe dane o podmiocie konfekcjonującym oraz dokładne adresy producentów. Jednak w opinii organu antymonopolowego podanie ww. danych adresowych nie jest wystarczające do uznania, iż konsumenci otrzymują rzetelne, prawdziwe i pełne informacje co do producenta i jego lokalizacji. Konsument analizując informacje zamieszczone na opakowaniu poprzez otrzymanie informacji, iż produkty pochodzą z Podbeskidzia może być przeświadczony, że miejscowości, w których są zlokalizowane mleczarnie są położone w ww. regionie.

„Niewątpliwie zamiarem ustawodawcy przy redagowaniu komentowanego przepisu było ustosunkowanie się do częstej w obrocie praktyki informującego oznaczenia towarów lub usług. Celem tego przepisu jest podanie do wiadomości klientów oraz nabywców towarów i usług, istotnych dla nich cech towarów i usług. Cechy istotne to takie, które mogą wpływać na decyzję części nabywców.”²

Biorąc pod uwagę powyżej opisane informacje zamieszczane na opakowaniach, należało uznać stosowaną praktykę za sprzeczną z ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a także z innymi powołanymi w przedmiotowej decyzji przepisami, a więc bezprawną. Dodatkowo sugerowanie regionu pochodzenia surowców oraz receptury wytworzenia nie zgodnego ze stanem faktycznym, zostało przez organ antymonopolowy uznane za naruszające obowiązek udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Ponieważ na podstawie informacji dostarczonych za pośrednictwem opakowania konsumenci oczekują od zakupionych produktów innych właściwości niż mają one faktycznie, oceniana praktyka narusza interesy ekonomiczne konsumentów.

Zakwestionowana praktyka dotyka nieograniczonej ilości konsumentów, którzy zakupili przedmiotowy produkt, a także potencjalnych klientów.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie obie przesłanki, organ antymonopolowy uznał ocenianą praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec powyższego orzeka się jak w pkt 1 sentencji decyzji.

Na podstawie art. 72 ustawy antymonopolowej, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 75 ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

² pod red. J. Szwejki: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz, CH Beck, Warszawa 2006r., s. 365

Postępowanie przeciwko Grześmlec z w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zostało wszczęte z urzędu. Na podstawie ustaleń dokonanych w trakcie postępowania organ antymonopolowy w punkcie 1 decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy antymonopolowej. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki w wysokości 28 zł związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Grześmlec kosztami postępowania w wysokości 28 zł (słownie złotych: dwadzieścia osiem).

Wobec powyższego orzeka się jak w punkcie 2 sentencji decyzji.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 10101010 00 7878 22 31 000000.

W dniu 21 kwietnia 2007r. weszła w życie ustawa z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331), na podstawie której utraciła moc ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 ze zmian. Dz.U. z 2006r. Nr 157, poz. 1119, Dz.U. Nr 170, poz. 1217, Dz.U. Nr 249, poz. 1834). Jednakże zgodnie z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów do postępowań wszczętych przed dniem 21 kwietnia 2007r. stosuje się przepisy ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na postanowienie zawarte w punkcie 2 niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479²⁸ § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje 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 - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

Dyrektor Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach
Alicja Kral