



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań  
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44  
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

RPZ- 61/23/05/KO/

Poznań, dnia 6 marca 2006 r.

**DECYZJA Nr RPZ 5/2006**

Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity - Dz. U. z 2005 r., nr 244, poz. 2080) oraz 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.) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

**uznaje się**, działania DROP S.A. z siedzibą w Ostrowie Wielkopolskim, **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** polegającą na wprowadzającym w błąd oznakowaniu produktu o nazwie „Paszтет z indyka”, co wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji z art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz. U. z 2003 r. nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz narusza art. 6 ust. 5 ustawy z dnia 11 maja 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2000 r., nr 5 poz. 44, ze zm.) i jednocześnie może wprowadzać konsumentów w błąd co do istotnych cech produktu i **nakazuje się zaniechania jej stosowania.**

**Uzasadnienie**

W dniu 12 grudnia 2005 r. Departament Polityki Konsumenckiej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przekazał Delegaturze Urzędu w Poznaniu materiały Głównego Inspektoratu Inspekcji Handlowej, z których wynika, iż spółka DROP S.A. z siedzibą w Ostrowie Wielkopolskim (dalej: DROP lub Spółka) wprowadza do obrotu produkt o nazwie „paszтет z indyka”, którego właściwości nie odpowiadają deklaracjom producenta zawartym na opakowaniu. Do materiałów dołączone zostało upoważnienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu) do wszczęcia i prowadzenia

postępowania w związku z podejrzeniem stosowania przez DROP praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: Ustawa).

Ponieważ dokumentacja uzasadniała podejrzenie, iż Spółka narusza interesy konsumentów, w dniu 15 grudnia 2005 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez wprowadzające w błąd oznaczenie produktu. Prezes Urzędu zarzucił DROP naruszenie art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: u.z.n.k.) oraz art. 6 ust. 5 ustawy z dnia 11 maja 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych (dalej: ustawa o jakości).

W odpowiedzi na zarzuty, pismem z dnia 20 grudnia 2005 r., spółka DROP stwierdziła, iż sprawę poprawności oznakowania przedmiotowego produktu regulują:  
1/ wspomniana wyżej ustawa o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych oraz  
2/ rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie znakowania środków spożywczych i dozwolonych substancji dodatkowych (Dz. U. 2002, nr 220, poz. 1856 ze zm.) – [dalej: Rozporządzenie].

DROP stanął na stanowisku, iż słowo „*pasztet*” informuje nabywcę o rodzaju produktu, zaś „*indyka*” sugeruje udział składnika lub grupy składników z tego rodzaju drobiu, co jednoznacznie pozwala na odróżnienie tego produktu od pasztetów drobiowych lub wieprzowych. Zgodnie z przepisem art. 7 ust. 2 ustawy o jakości, nazwa handlowa nie musi odzwierciedlać składu ilościowego lub wymieniać składników dominujących.

DROP uznał, że dla przedmiotowej sytuacji zastosowanie ma § 9 ust. 1 pkt. 1 i 3 Rozporządzenia, w myśl którego wytwórca jest obowiązany do podania ilościowej zawartości składnika lub kategorii składników tego środka spożywczego, jeżeli:

1/ nazwa składnika lub kategorii składników występuje w nazwie środka spożywczego lub nazwa tego środka spożywczego jest zazwyczaj kojarzona przez konsumenta z zawartością składnika lub kategorii składników w tym środku spożywczym, oraz  
3/ składnik lub kategoria składników jest istotny dla scharakteryzowania środka spożywczego i odróżnienia go od innych środków spożywczych, z którymi może być mylony ze względu na podobieństwo nazwy lub wyglądu.

DROP stwierdził, iż zastosowane na opakowaniu oznakowania zawiera w składzie surowcowym informację o procentowej zawartości składnika występującego w nazwie, nie może więc być mowy o wprowadzeniu konsumentów w błąd.

Do pisma DROP załączył wzór etykiety produktu.

### **Prezes Urzędu ustalił co następuje:**

DROP S.A. jest przedsiębiorstwem zajmującym się produkcją piskląt, produkcją tuszek i elementów drobiowych (kurczęta, kaczki, gęsi) oraz produkcją przetworów z mięsa drobiowego (wędliny, wyroby garmazeryjne i konserwy sterylizowane). Spółka realizuje swoją działalność produkcyjną w siedmiu jednostkach produkcyjnych na terenie województwa wielkopolskiego. Produkcją przetworów zajmują się: Zakład Przetwórstwa Drobiarskiego w Ostrzeszowie oraz Zakład Przetwórstwa Drobiarskiego w Ostrowie Wlkp. Pozostałe zakłady zajmują się wylęgiem drobiu.

W dniach 17 – 22 sierpnia 2005 r. Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach (dalej: Inspektorat) przeprowadził kontrolę produktów spożywczych sprzedawanych w sklepie „02-09 PSS Społem” w Katowicach przy ulicy Chorzowskiej 5a,

podległym PSS „Społem” w Katowicach. W toku ww. kontroli zakwestionowano m. in. oznakowanie partii konserwy mięsnej, tj. „Pasztetu z indyka” produkowanego przez DROP.

W toku kontroli ustalono następujący stan faktyczny: „Pasztet z indyka” jest to tzw. konserwa sterylizowana drobiowa. W skład produktu wchodzi między innymi: mięso z indyka mechanicznie odkostnione (8,4% masy całkowitej), mięso mechanicznie odkostnione z kurcząt, wątroba z kurcząt, tłuszcz zwierzęcy, woda, masa jajowa, mąka pszenna.

Opakowanie produktu jest następujące:

- puszka w kształcie walca
- na ścianie bocznej umieszczona etykieta z opisem produktu
- etykieta w kolorze żółto – czerwonym z centralnie umieszczoną nazwą „pasztet z indyka” i „konserwa drobiowa sterylizowana” oraz wizerunkiem dwóch indyków
- powyżej nazwy – oznaczenie firmy
- z tyłu opakowania na etykiecie – (żółte litery na czerwonym tle) skład ilościowy produktu oraz wartość odżywcza, a także dane producenta.
- na wieczku puszki: data przydatności do spożycia oraz numer partii.

W opinii Inspektoratu opakowanie to jest niezgodne z art. 6 ust. 5 i art. 7 ust. 2 ustawy o jakości, a także § 9 ust. 1 i 3 oraz § 17 ust. 7 Rozporządzenia. W związku z powyższym, Inspektorat, pismem z dnia 31 sierpnia 2005 r., zwrócił się do DROP o podjęcie działań mających na celu wprowadzanie do obrotu produktów w opakowania zgodnych z obowiązującymi przepisami.

DROP, udzielając odpowiedzi na pismo Inspektoratu, uznał, iż opakowanie nie narusza przytoczonych przepisów. W opinii DROP, oznaczenie w składzie surowcowym zawartości poszczególnych składników wyczerpuje obowiązki informacyjne nałożone ustawą o jakości i Rozporządzeniem, z uwagi na fakt, że etykieta powinna być traktowana całościowo, jako pakiet informacji dla konsumenta. W piśmie z dnia 27 września 2005 r. DROP ponownie stwierdził, iż jego działania nie naruszają przepisów ustawy o jakości i Rozporządzenia. Wg DROP nazwa „pasztet z indyka” jest nazwą handlową, która nie musi być skorelowana ze składem surowcowym. W opinii producenta, nazwa ta sugeruje jedynie udział mięsa indyczego w składzie produktu. Co więcej, nie istnieje norma prawna, która nakazywałaby odzwierciedlać w nazwie skład ilościowy lub produkty dominujące.

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga więc spełnienia dwóch przesłanek:

- bezprawności działania oraz
- naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Bezprawność, do której odwołuje się ustawodawca, oznacza sprzeczność z prawem, a także z zasadami współżycia społecznego oraz z dobrymi obyczajami. Stanowisko takie znajduje oparcie w uzasadnieniu projektu rządowego ustawy nowelizacyjnej z dnia 5 lipca 2002 r. (Dz. U. nr 129, poz. 1102), która wprowadziła do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z którym „same przepisy art. 23a – 23d ustawy nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w

razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, także zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów.”

W art. 23a ust. 2 ww. ustawy zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten wymienia między innymi stosowanie klauzul wpisanych do rejestru niedozwolonych postanowień umownych, naruszenie prawa konsumenta do uzyskania rzetelnej i wyczerpującej informacji oraz czyny nieuczciwej konkurencji naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W odniesieniu do działań DROP, polegających na wprowadzającym w błąd oznaczeniu produktu, ich bezprawność można wywieść z przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawy o jakości.

W myśl art. 10 u.z.n.k., czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników (...) lub innych istotnych cech towarów. Do powyższej definicji nawiązuje art. 6 ust. 5 ustawy o jakości, który zakazuje oznakowania produktu mogącego wprowadzić w błąd co do (...) rodzaju, właściwości, składu produktu, a także sugerującego, iż artykuł posiada specjalne właściwości, jeżeli ich nie posiada. Generalnie zatem oba przepisy zakazują działania mogącego wprowadzić w błąd poprzez nieprawdziwe oznaczenie towarów lub usług.

Zgodnie z dominującym w doktrynie poglądem, wystarczająca jest potencjalna możliwość wywołania błędu<sup>1</sup>. Dzieje się to wtedy, gdy informacje zamieszczone na towarze mogą wpłynąć na decyzję konsumenta co do nabycia towaru.

W przedmiotowej sytuacji, Spółka nazwała produkt „pasztet z indyka”, co więcej zastosowała na etykiecie symbole graficzne – wizerunek dwóch indyków. Takie oznaczenie towaru wprost daje do zrozumienia, iż produkt przynajmniej w większej części składa się ze składników pochodzących z indyka: mięsa lub podrobów. Po uważniejszej lekturze etykiety na odwrocie opakowania okazuje się jednak, iż mięso indycze stanowi tylko 8,4% całej masy produktu, podczas gdy pozostałe składniki prócz tłuszczu i konserwantów to: mięso i wątroba z kurcząt.

Spółka powołała się na fakt, iż nazewnictwa przetworów drobiowych nie regulują żadne przepisy prawne. Jednakże istnieje zasada uczciwego obrotu handlowego. W opinii Prezesa Urzędu, jeżeli przedsiębiorca wytwarza produkt, którym jeden ze składników nie stanowi nawet 10% masy ogólnej, a nazywa ten produkt w sposób wywołujący wrażenie, że składa się co najmniej w większej części z tego składnika, to jest to niewątpliwie działanie nieuczciwe. Nie ma znaczenia fakt, iż skład podany na etykiecie (po przeciwnej stronie niż nazwa) jest prawidłowy.

DROP podniósł, iż w przypadku przetworów drobiowych, nie istnieją normy prawne nakazujące stosowanie nazw produktów zależnie od ich składu surowcowego. Według opinii Spółki nazwa „pasztet z indyka” jest nazwą handlową, która wskazuje na rodzaj produktu (pasztet) i sposób przetworzenia (konserwa sterylizowana), a także sugeruje, iż w składzie znajduje się mięso indycze.

W opinii Prezesa Urzędu takie argumenty nie zasługują na uwzględnienie. „Pasztet z indyka” to nazwa rodzajowa, podobna przykładowo do mleka krowiego lub też szynki wieprzowej. Dlatego też jej brzmienie musi odpowiadać prawdziwemu składowi produktu. Co więcej, DROP, jako profesjonalny podmiot na rynku przetworów z mięsa drobiowego, powinien dochować szczególnej staranności w oznakowaniu swoich produktów, tak aby

---

<sup>1</sup> E. Nowińska, M. du Val, *Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, LexisNexis Warszawa 2001, s. 79.

uniknąć wszelkich wątpliwości i niejasności. Szczególnie ze względu na fakt, iż konsument jest słabszym uczestnikiem obrotu, nie zawsze uważnym przy dokonywaniu transakcji i to do obowiązków przedsiębiorcy należy udzielenie rzetelnej i pełnej informacji.

Oczywiście przeciętny konsument zdaje sobie sprawę, iż pasztetu nie wytwarza się tylko i wyłącznie z mięsa, gdyż byłby to produkt nie nadający się do spożycia (ze względów smakowych). Do produkcji pasztetu używa się więc mieszaniny mięsa i wątroby oraz dodatków m. in. tłuszczu, skrobi i przypraw.

Z informacji dotyczących składu produktu wynika, iż przeważającym składnikiem są elementy kurcząt, a nie indycze. W tej sytuacji produkt powinien nazywać się konsekwentnie „pasztet kurzy z dodatkiem indyka”. Ponieważ jednak w obrocie produktami spożywczymi przyjęło się nazywanie produktów z kurcząt zbiorczą nazwą „drobiu”, nie byłaby uchybieniem nazwa „pasztet drobiowy z dodatkiem indyka”. Z pewnością jednak nie „pasztet z indyka”.

Oceniając możliwość wprowadzenia w błąd należy uwzględnić przede wszystkim charakter produktu i warunki w jakich obrót tym produktem się odbywa, gdyż to wyznacza wzorzec przeciętnego konsumenta, będącego miernikiem zachowań konsumentów dokonujących zakupów. Należy przy tym podkreślić, iż inaczej zachowuje się konsument przy zakupie towarów o większej wartości, takich jak sprzęt RTV i AGD lub samochody, a inaczej kupując drobne towary powszechnego użytku, jakimi są produkty spożywcze. Przy tego rodzaju produktach przyjąć należy jako miernik konsumenta nieuważnego, który rzadko korzysta z informacji zawartych na odwrocie opakowania produktu spożywczego. Taki konsument nabywa produkt kierując się jego nazwą i oznaczeniem, które jest widoczne na pierwszy rzut oka. W trakcie zakupów konsument wybiera spośród kilku lub kilkunastu produktów o podobnej nazwie, wyglądzie i znajdujących się na jednej półce. W tej sytuacji trudno wymagać od niego, aby zapoznawał się ze szczegółowymi informacjami zawartymi na każdym produkcie, znajdującymi się często na odwrocie produktu i dodatkowo wydrukowanymi małutkimi literami. Z uwagi na powyższe Spółka powinna dochować szczególnej staranności przy oznaczaniu produktu tak, aby nie dopuścić do błędnego odbioru tego produktu ze strony konsumentów.

Nie ulega wątpliwości, iż oznakowanie przedmiotowego produktu może wywoływać pomyłki u konsumentów. Tym samym działanie Spółki jako wypełniające przesłanki art. 10 u.z.n.k. oraz art. 6 ust. 5 ustawy o jakości, należy uznać za bezprawne.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowych interesów konsumentów”. Wskazuje jedynie, iż nie można ich utożsamiać z sumą indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw bliżej nieokreślonej liczby konsumentów, zarówno tych, którzy już dokonali zakupu przedmiotowego produktu, jak i potencjalnych nabywców, zwłaszcza, że produkt znajduje się w placówkach handlowych na terenie całego kraju. Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu klientów zarówno obecnych, jak i przyszłych.

Jednym z podstawowych praw konsumentów jest prawo do bezpieczeństwa ekonomicznego, którego składową jest możliwość świadomego podejmowania decyzji w

zakresie dokonywania wyboru dóbr i usług. Nie ulega wątpliwości, iż wprowadzające w błąd oznaczenie towaru uniemożliwia konsumentowi podjęcie racjonalnej, wolnej od manipulacji decyzji opartej na rzeczywistym stanie faktycznym. Z uwagi na to, iż nieprawidłowe oznakowanie towaru ogranicza bezpieczeństwo ekonomiczne konsumentów, w przedmiotowym przypadku uznano, iż sprzeczne z prawem działania Spółki godzą w interesy konsumentów.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, powyższe działanie należy kwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na stosowaniu czynu nieuczciwej konkurencji, tj. oznaczenia produktu wprowadzającego w błąd co do istotnych cech tego produktu.

W związku ze spełnieniem obu przesłanek, należy zachowanie Przedsiębiorcy uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Z upoważnienia  
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor Delegatury w Poznaniu  
Edward Stawicki

Otrzymują:

1/ DROP S.A.  
ul. Dembińskiego 13  
63-400 Ostrów Wielkopolski

2/ a/a