



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA UOKIK W GDAŃSKU**

---

**RGD. 61-19/07-08/AW**

Gdańsk, dnia 22 lutego 2008r.

**DECYZJA nr RGD. 5/2008**

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 134, poz. 939), po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu - postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną przez przedsiębiorcę Romana Bernarda Margellę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Pizzeria Julia PUB Mario w Tczewie polegającą na zamieszczaniu w ofercie reklamowej towaru „Mega pizza” nieprawdziwych i nierzetelnych informacji o jego istotnych cechach, co jest sprzeczne z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) i stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - i stwierdza się jej zaniechanie z dniem 17 maja 2007r.

**UZASADNIENIE**

Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku otrzymała od Pomorskiego Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Gdańsku informację o wynikach przeprowadzonej kontroli u przedsiębiorcy Romana Bernarda Margellę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Pizzeria Julia PUB Mario w Tczewie (zwanego dalej „Przedsiębiorcą”), z której wynika, że w ofercie Pizzerii (cenniku-ulotce) zamieszczono informację o rozmiarach „Mega pizzy”- 50 cm sprzedawanej po cenie 16,50zł. Dokonane przez kontrolerów pomiary wykazały, że średnica form do pieczenia „Mega pizzy” wynosiła 45cm, podobnie jak wielkość opakowania 45cmx45cm.

W związku z tym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu” lub „organem antymonopolowym”, w dniu 25 maja 2007r. wszczął postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na zamieszczeniu przez Przedsiębiorcę w ofercie reklamowej towaru „Mega pizza” nieprawdziwych i nierzetelnych informacji o jego istotnych cechach, co mogło stać w sprzeczności z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), a przez to stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji

i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Przedsiębiorca złożył wyjaśnienia, z których wynika, że:

- zamawiając ulotkę posłużył się on wzorami ofert innych pizzerii, w których były podane wymiary pizzy; wykonawca ulotek automatycznie wpisał wymiary do nowej ulotki,
- kupując formy do pieczenia pizzy wybrał te, specjalne do „Mega pizzy” i stąd przypuszczał, że ich wymiary są standardowe, nigdy nie mierzył zakupionych form,
- prowadząc działalność od ośmiu miesięcy nikt nie zgłosił reklamacji w sprawie wymiaru pizzy,
- po kontroli wszystkie zakwestionowane ulotki w nakładzie 12000szt. zostały zlikwidowane, następnie wydrukowano i wprowadzono w dniu 17 maja 2007r. nowe, w których usunięto informację o wymiarach pizzy.

Po zakończeniu zbierania materiału dowodowego, przed wydaniem decyzji, przedsiębiorca miał zapewnioną możliwość zapoznania się z aktami sprawy, z której nie skorzystał.

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:**

Przedsiębiorca Roman Bernard Margella jest wpisany do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Tczewa pod numerem 6068; działalność gospodarczą prowadzi od 01 maja 2006r. pod nazwą Pizzeria Julia PUB Mario w Tczewie przy ul. Kardynała Wyszyńskiego 18. Przedmiot jego działalności mieści się w kwalifikacji PKD pod pozycjami: 55.30.A – restauracje i 55.40 – bary.

W związku z prowadzoną działalnością w ww. zakresie przedsiębiorca w ofercie sprzedaży reklamował towar „Mega pizza”, w której, jak wykazały wyniki kontroli PWIIH w Gdańsku, zamieszczono nieprawdziwe i nierzetelne informacje o istotnych cechach towaru. W ofercie podano wymiar pizzy – 50 cm i jej cenę – 16,50zł. Według wyjaśnień PWIIH podczas kontroli „na stanie placówki nie było gotowych upieczonych blatów do pizzy ani też całego gotowego wyrobu. Ustalono, że ww. pizza przygotowywana jest wyłącznie na zamówienie”.

Dokonany przez kontrolerów PWIIH pomiar form do pieczenia „Mega pizzy” wykazał, że jej średnica wynosi 45cm, podobnie jak wymiar opakowania-kartonu – 45cmx45cm.

Ustalenia te znalazły potwierdzenie w oświadczeniu PWIIH w Gdańsku jak również wyjaśnieniach przedsiębiorcy z dnia 26 czerwca 2007r. i 3 października 2007r.

Z zebranego materiału dowodowego wynika, że różnica średnicy pizzy reklamowanej ulotce, w porównaniu ze sprzedawaną konsumentom wynosi *in minus* 5cm, co jest jednoznaczne z tym, że rzeczywista powierzchnia pizzy była mniejsza o 19%, od tej, którą w ofercie deklarował Przedsiębiorca, podając informację o wymiarach towaru.

### **Organ antymonopolowy zważył, co następuje:**

Treść art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazuje, że jej przepisy mają zastosowanie wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Zatem warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zaistnienie takiego stanu fak-

tycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Postępowanie wszczęte w niniejszej sprawie dotyczyło działań kierowanych do wszystkich potencjalnych konsumentów, którzy zamierzają korzystać z usług gastronomicznych Przedsiębiorcy, co oznacza, że krąg adresatów nie jest z góry określony. Zatem, uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, które prowadzone były w interesie publicznym.

Art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie, bezprawne działania przedsiębiorcy, w szczególności naruszenie obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby było możliwe stwierdzenie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, niezbędne jest łączne spełnienie następujących przesłanek, odnoszących się do działań przedsiębiorcy, które są: bezprawne, ujawniają się w obrocie konsumenckim i naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Pojęcie bezprawności nie jest pojęciem prawnie zdefiniowanym. Należy zatem przyjąć, zgodnie z jego literalnym brzmieniem, że „działanie bezprawne” to zachowanie sprzeczne z nakazem lub zakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych oraz z zasadami współżycia społecznego. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tj. niezależnym od wystąpienia szkody czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych.

Zakwestionowanym działaniem przedsiębiorcy w niniejszej sprawie jest zamieszczanie w ulotce reklamowej nieprawdziwych informacji o wymiarach produktu „Mega pizza”. Zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzać 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.

Na tle dokonanych ustaleń, Prezes UOKiK uznał, iż działania przedsiębiorcy były bezprawne, bowiem nie ulega wątpliwości, że informacje zawarte w treści ulotki reklamowej były nieprawdziwe – wymiary pizzy zamieszczone w ulotce były zawyżone w porównaniu z wymiarami rzeczywistymi, czego dowodem jest wielkość form do pieczenia i opakowań kartonowych. Jak wynika z ustaleń, różnica średnicy pizzy reklamowanej ulotce, w porównaniu ze sprzedawaną konsumentom wynosi *in minus* 5cm, co jest jednoznaczne z tym, że rzeczywista powierzchnia pizzy była mniejsza o 19%, od tej, którą w ofercie deklarował Przedsiębiorca, podając informację o wymiarach towaru. Informacja o wymiarach „Mega pizzy” była istotnym składnikiem oferty, a przez to, że była nieprawdziwa mogła zwodniczo wpływać na decyzję konsumentów, co do nabycia towaru. Zatem Przedsiębiorca, poprzez ww. działania naruszył przepis art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Oferta gastronomiczna przedsiębiorcy zawarta w cennikach-ulotkach kierowana była wprost do konsumentów. Stroną takiej umowy są zarówno wszyscy aktualni konsumenci Przedsiębiorcy, jak i przyszli, którzy chcąc skorzystać z usług przedsiębiorcy przystąpiliby do niej. Zatem krąg adresatów takiego wzorca nie jest z góry określony i dotyczy interesów nieograniczonej liczby konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając jedynie w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 powołanej 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.

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 stycznia 1991 r., XV Amr 8/90; 4 lipca 2001 r. XVII Ama 108/00; 23 lutego 2002 r. XVII Ama 133/2001).

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt: I CKN 504/01) stwierdził, iż: *„nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów”*.

Biorąc pod uwagę, że odpowiedzialność za rzetelność informacji umieszczanych w ofertach reklamowych spoczywa na Przedsiębiorcy, należy uznać, że konsument przystępujący do wyboru towaru „Mega pizza” był wprowadzany w błąd; decydując się na zakup pizzy nie uświadamiał sobie, że informacje zawarte w ulotce reklamowej są bezprawne.

W związku z tym należy stwierdzić, iż Przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Z dniem 17 maja 2007r. Przedsiębiorca zmienił ulotkę reklamową, z której usunął kwestionowane informacje; na tę okoliczność przedstawił nową ulotkę nie zawierającą informacji wprowadzających w błąd. Stąd też Prezes Urzędu, na podstawie 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uznał, że Przedsiębiorca stosował praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 17 maja 2007r.

Mając powyższe na uwadze, orzeczono jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm) i art. 479<sup>28</sup> § 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 – Delegatury UOKiK w Gdańsku.

Otrzymują:

1. Romana Bernarda Margellę Pizzeria Julia PUB Mario w Tczewie, ul. Kard. Wyszyńskiego 18, 83-110 Tczew
2. a/a