



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-023-84(4)/14/JS

Warszawa, 11 grudnia 2014 r.

DECYZJA DIH-1/86/2014

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r. poz. 267 z późn. zm.), art. 1 ust. 3 i art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2014 r. poz. 148 z późn. zm.) oraz art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2014 r. poz. 669 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie od decyzji Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach z dnia 29 września 2014 r. (nr akt sprawy: HU.8361.113.2014/74DEC/14), którą ww. przedsiębiorcy wymierzono karę pieniężną w wysokości 500 zł (słownie: pięćset złotych) z tytułu wprowadzenia do obrotu pięciu partii artykułów rolno-spożywczych nieodpowiadających jakości handlowej z uwagi na niewłaściwe oznakowanie, **utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.**

UZASADNIENIE

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 6 – 8 sierpnia 2014 r. przez inspektorów reprezentujących Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach – zwanego dalej również „*Śląskim WIIH*” – w sklepie „Bacówka” nr 10 zlokalizowanym w Katowicach, przy Pl. Szewczyka 2, należącym do przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie – zwanego dalej również „*stroną*” – zakwestionowano pięć partii produktów o łącznej wartości 100 zł, tj.:

- 4 opakowania a’ 280g jogurtu naturalnego 3% tł., z terminem przydatności do spożycia i numerem partii 19.08.14, w cenie 4 zł /op., wyprodukowanych dla Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie przez ZPM Dominik Sp. z o.o., Dąbrowa 6a, 33-311 Wielogłowy;
- 5 opakowań a’ 500g ogórków konserwowych z oznaczeniem „bez konserwantów”, z datą minimalnej trwałości i numerem partii „04.07.2015” w cenie 6 zł/op. wyprodukowanych dla Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie;
- 1 opakowanie a’ 0,415 kg pierogów z kapustą i grzybami z oznaczeniem „produkt świeży”, „wyroby domowe”, „bez konserwantów” z datą minimalnej trwałości i numerem

- partii „11.08.14”, w cenie 11 zł/op. wyprodukowanych przez Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie;
- 2 opakowania a’ 0,405 kg pierogów ze szpinakiem z oznaczeniem „produkt świeży”, „wyroby domowe”, „bez konserwantów” z datą minimalnej trwałości i numerem partii „13.08.14”, w cenie 11 zł/op. wyprodukowanych przez Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie;
 - 6 opakowań a’ 180g musztardy plebana z oznaczeniem „bez konserwantów”, z terminem przydatności do spożycia „20.05.2015” i numerem partii Z1.CH. w cenie 3,50 zł/op. wyprodukowanej przez Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie

z uwagi na uwidocznienie bezpośrednio obok nazwy produktu znaku słowno-graficznego z oznaczeniem: „Bacówka – towary tradycyjne” a ponadto na opakowaniach ww. pierogów z kapustą i grzybami oraz pierogów ze szpinakiem podano informację o treści: „Wyroby domowe Bacówki są przygotowywane ręcznie według tradycyjnej polskiej receptury ...”.

Ponadto w przypadku:

- ww. ogórków konserwowych na etykiecie podano „ Wyprodukowano w Polsce dla Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k., 32-725 Rajbrot 470” natomiast na wieczku uwidoczniono informację „ Bacówka L. Szot Sp. k., 32-725 Rajbrot 470” (faktycznie producentem była „Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k., 32-725 Rajbrot 470”);
- ww. musztardy plebana na etykiecie podano „ Wyprodukowano w Polsce dla Bacówka L. Szot Sp. k., 32-725 Rajbrot 470” natomiast na wieczku uwidoczniono informację Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k., 32-725 Rajbrot 470” (faktycznie producentem była „Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k., 32-725 Rajbrot 470”);
- ww. pierogów ze szpinakiem w składzie zadeklarowano biały ser w ilości 8% nie uwzględniony w nazwie wyrobu.

Powyższe, zdaniem Śląskiego WIIH, mogło wprowadzać konsumentów w błąd, w szczególności co do metod wytwarzania, źródła pochodzenia środków spożywczych oraz nazwy wyrobu i tym samym naruszało art. 6 ustawy ust. 2 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2014 r. poz. 669 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o jakości handlowej” oraz art. 46 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (Dz. U. z 2010 r. Nr 136 poz. 914 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o bezpieczeństwie żywności i żywienia”.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z dnia 8 sierpnia 2014 r. (nr akt: HU.8361.113.2014). Do akt sprawy dołączono fotografie zakwestionowanych produktów.

Wobec powyższego, pismem z dnia 26 sierpnia 2014 r., Śląski WIIH zawiadomił stronę o wszczęciu postępowania administracyjnego w sprawie wymierzenia, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, kary pieniężnej z tytułu wprowadzenia do obrotu pięciu ww. partii artykułów rolno-spożywczych nieodpowiadających jakości handlowej, z uwagi na nieprawidłowe oznakowanie. Jednocześnie strona została

poinformowana o prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz do zapoznania się z aktami sprawy. Strona skorzystała z przysługującego jej prawa i w odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania, pismem z dnia 5 września 2014 r. przedstawiła wyjaśnienia dotyczące zakwestionowanych produktów oraz oświadczyła, że zalicza się do średnich przedsiębiorców.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją z dnia 29 września 2014 r. (nr akt sprawy: HU.8361.113.2014/74DEC/14), Śląski WIIH, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, wymierzył przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie karę pieniężną w wysokości 500 zł (słownie: pięćset złotych) za wprowadzenie do obrotu pięciu ww. partii artykułów rolno-spożywczych nieodpowiadających jakości handlowej, z uwagi na ich niewłaściwe oznakowanie.

Pismem z dnia 20 października 2014 r., strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej również „Prezesem UOKiK” – odwołanie od ww. decyzji, wnosząc o zmianę zaskarżonej decyzji w części dotyczącej jej uzasadnienia.

Strona nie zgadza się z częścią uzasadnienia, zgodnie z którym wskazanie nazwy podmiotu wprowadzającego produkt spożywczy do obrotu, który zawiera słowo „tradycyjny” narusza zakaz mylącego oznakowania środka spożywczego. W związku z powyższym, strona skarży w niniejszym odwołaniu nie samą sentencję decyzji, ale wyłącznie część uzasadnienia decyzji, w zakresie którym domaga się odpowiedniej zmiany. Zdaniem strony umieszczenie obok nazwy produktu oznaczenia słowno-graficznego „Bacówka – towary tradycyjne” nie tylko nie wprowadza konsumentów w błąd, ale wręcz jest wypełnieniem przez przedsiębiorcę obowiązków określonych w przepisach. W związku z powyższym strona nie może odstąpić od umieszczania nazwy firmy na etykietach produktów, które wprowadza na rynek. W opinii strony wskazanie na etykiecie podmiotu wprowadzającego produkt do obrotu, którego nazwa zawiera słowo „tradycyjny” nie oznacza od razu, iż dany produkt jest tradycyjny, a ma jedynie na celu spełnienie prawnoadministracyjnego obowiązku właściwej informacji dla konsumenta. Strona wskazała także, że rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych (Dz. U. L 343 z 14.12.2012 s. 1) zwane dalej również „rozporządzeniem 1151/2012” nie wprowadza zakazu posługiwania się słowem „tradycyjny” w nazwie podmiotu wprowadzającego dany produkt do obrotu. Zdaniem strony, oznaczając wyprodukowane przez siebie towary znakiem „Bacówka – towary tradycyjne” oraz zamieszczając informację o tradycyjnym sposobie ich wyrobu, w żaden sposób nie sugeruje podobieństw do produktów oznaczonych w rejestrze gwarantowanych tradycyjnych specjalności.

Ponadto strona zaznaczyła, iż wszystkie zakwestionowane produkty wytwarzane są metodą tradycyjną, na podstawie wieloletnich receptur. Jej zdaniem jedyną okolicznością która uniemożliwia wpis do rejestru gwarantowanych tradycyjnych specjalności jest fakt, że okres ich wytwarzania w zakładzie nie przekracza 25 lat. Jednocześnie też strona przyznała, że w jej zakładzie używa się zmechanizowanych metod produkcji, ale to według niej nie stoi

w sprzeczności z produkcją towarów tradycyjnych. W opinii strony mechanizacja nie zmienia tradycyjnego charakteru produktu, dla którego zachowanie najistotniejszy jest skład. Strona podkreśliła także, że złożyła liczne wnioski o rejestrację nazwy szeregu wytwarzanych przez siebie produktów (wymieniając produkty: „Swoja”, „Swoja ze słoja”, „Szynka lipnicka” oraz „Szołdra”) na liście gwarantowanych tradycyjnych specjalności produktu rolnego lub środka spożywczego prowadzoną przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, które to wnioski są w fazie rozpatrywania.

Pismem z dnia 5 listopada 2014 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów poinformował ww. przedsiębiorcę, iż przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje, na podstawie art. 10 Kpa prawo do zapoznania się z aktami sprawy, a także wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań. Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 rozporządzenia 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. U. L 31 z 1.2.2002 s. 1 z późn. zm.), zwanego dalej „*rozporządzeniem 178/2002*” prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez nich świadomego wyboru związanego ze spożywaną żywnością. Ma na celu zapobieganie: oszukańczym lub podstępny praktykom fałszowania żywności, oraz wszelkim innym praktykom mogącym wprowadzać w błąd konsumentów.

Rozporządzenie 178/2002 stanowi w art. 17 ust. 1, że podmioty działające na rynku spożywczym i pasz zapewniają, na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji w przedsiębiorstwach będących pod ich kontrolą, zgodność tej żywności lub pasz z wymogami prawa żywnościowego właściwymi dla ich działalności i kontrolowanie przestrzegania tych wymogów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o jakości handlowej wprowadzane do obrotu artykuły rolno-spożywcze powinny spełniać wymagania w zakresie jakości handlowej, jeżeli w przepisach o jakości handlowej zostały określone takie wymagania oraz dodatkowe wymagania dotyczące tych artykułów, jeżeli ich spełnienie zostało zadeklarowane przez producenta.

Oznakowanie środków spożywczych, jak wynika z art. 3 pkt 5 tej samej ustawy jest jednym z elementów jakości handlowej.

W myśl art. 6 ust. 1 ustawy o jakości handlowej artykuły rolno-spożywcze wprowadzane do obrotu są oznakowane a do ich znakowania stosuje się odpowiednio

przepisy określone w art. 45 ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt 1 i art. 48 ust. 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia.

Jak stanowi art. 45 ust. 2 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, oznakowanie środka spożywczego obejmuje wszelkie informacje w postaci napisów i innych oznaczeń, w tym znaki towarowe, nazwy handlowe, elementy graficzne i symbole, dotyczące środka spożywczego i umieszczone na opakowaniu, etykiecie, obwolucie, ulotce, zawieszce oraz w dokumentach, które są dołączone do tego środka spożywczego lub odnoszą się do niego. Zgodnie z art. 46 ust. 1 pkt 1 lit. a te same ustawy, oznakowanie nie może wprowadzać konsumenta w błąd, w szczególności co do charakterystyki środka spożywczego, w tym jego nazwy, rodzaju, właściwości, składu, ilości, trwałości, źródła lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji. Powyższe, jak stanowi art. 46 ust. 2 tej samej ustawy, ma zastosowanie również do reklamy i prezentacji środków spożywczych, w tym w szczególności w odniesieniu do ich kształtu, wyglądu lub opakowania, zastosowanych materiałów opakowaniowych, sposobu prezentacji oraz otoczenia, w jakim są prezentowane. Ponadto art. 16 rozporządzenia nr 178/2002 stanowi, iż bez uszczerbku dla bardziej szczegółowych przepisów prawa żywnościowego, etykietowanie, reklama i prezentacja żywności lub pasz, z uwzględnieniem ich kształtu, wyglądu lub opakowania, używanych opakowań, sposobu ułożenia i miejsca wystawienia oraz informacji udostępnionych na ich temat w jakikolwiek sposób, nie może wprowadzać konsumentów w błąd.

Ustawa o jakości handlowej stanowi w art. 40a ust. 1 pkt 3, że każdy, kto wprowadza do obrotu artykuły rolno-spożywcze nieodpowiadające jakości handlowej określonej w przepisach o jakości handlowej lub deklarowanej przez producenta w oznakowaniu tych artykułów, podlega karze pieniężnej w wysokości do pięciokrotnej wartości korzyści majątkowej uzyskanej lub która mogłaby zostać uzyskana przez wprowadzenie tych artykułów rolno-spożywczych do obrotu, nie niższej jednak niż 500 zł. Na mocy art. 40a ust. 4 tej ustawy, kary pieniężne wymierza, w drodze decyzji, właściwy ze względu na miejsce przeprowadzania kontroli wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej. Ustalając wysokość kary pieniężnej, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej uwzględnia, na mocy art. 40a ust. 5 ww. ustawy, stopień szkodliwości czynu, stopień zawinienia, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów.

W niniejszej sprawie, w toku kontroli przeprowadzonej w placówce handlowej należącej do przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie, stwierdzono, że wprowadzone do obrotu pięć partii produktów nieodpowiadało jakości handlowej z uwagi na oznakowanie wprowadzające w błąd co do charakterystyki tych środków spożywczych, w tym przede wszystkim metod wytwarzania lub produkcji z uwagi na uwidocznienie bezpośrednio obok nazw zakwestionowanych produktów znaku słowno-graficznego z oznaczeniem: „Bacówka – towary tradycyjne”. Ponadto na opakowaniach obu zakwestionowanych partii pierogów podano informacje o treści: „Wyroby domowe Bacówki są przygotowywane ręcznie według tradycyjnej polskiej receptury ...” , a w przypadku

pierogów ze szpinakiem w składzie zadeklarowano biały ser w ilości 8% nie uwzględniony w nazwie wyrobu, tym samym nazwa mogła wprowadzić w błąd, co do rodzaju wyrobu. Dodatkowo w przypadku ogórków konserwowych oraz musztardy plebana na opakowaniach tych produktów podano dwie nazwy producentów, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd odnośnie źródła pochodzenia.

Powyższe, zdaniem organu pierwszej instancji, stanowiło naruszenie przepisów art. 46 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia.

W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, Śląski WIIH wymierzył w drodze decyzji karę pieniężną przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie, to jest przedsiębiorcy, który wprowadził do obrotu ww. artykuły rolno-spożywcze o niewłaściwej jakości handlowej.

W złożonym odwołaniu strona przede wszystkim próbowała dowieść, że umieszczenie obok nazwy produktu oznaczenia słowno-graficznego „Bacówka – towary tradycyjne” nie tylko nie wprowadza konsumentów w błąd, ale wręcz jest wypełnieniem obowiązków określonych w przepisach dotyczących oznakowania przedsiębiorcy wprowadzającego towary do obrotu. W opinii strony wskazanie na etykiecie podmiotu wprowadzającego produkt do obrotu, którego nazwa zawiera słowo „tradycyjny” nie oznacza od razu, iż dany produkt jest tradycyjny. Strona podniosła również, że rozporządzenie 1151/2012 nie wprowadza zakazu posługiwania się słowem „tradycyjny” w nazwie podmiotu wprowadzającego dany produkt do obrotu.

Odnosząc się do przedstawionych w odwołaniu zarzutów Prezes UOKiK w pierwszej kolejności wyjaśnia, że z przytoczonych wyżej przepisów w zakresie znakowania środków spożywczych jednoznacznie wynika, że oznakowanie, w tym prezentacja środków spożywczych nie może w żaden sposób wprowadzać w błąd konsumenta co do charakterystyki środka spożywczego, w tym metod wytwarzania lub produkcji, nazwy oraz odnośnie źródła pochodzenia. Oznakowanie środka spożywczego nie może także wprowadzać konsumenta w błąd przez sugerowanie, że posiada on szczególne właściwości, jeżeli wszystkie podobne środki żywnościowe posiadają takie właściwości. Przepisy prawa żywnościowego sprzeciwiają się przy tym każdej praktyce dotyczącej m.in. oznakowania artykułów rolno-spożywczych mogącej w jakikolwiek sposób wprowadzić konsumenta w błąd.

Prezes UOKiK wskazuje ponadto, że zgodnie z art. 3 ust. 3 pkt 60 lit. c) ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia żywność tradycyjna to również produkty rolne i środki spożywcze umieszczone na liście produktów tradycyjnych prowadzonej przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Lista ta służy do zbierania i rozpowszechniania informacji związanych z wytwarzaniem produktów tradycyjnych. Prawo do wpisu mają produkty, które charakteryzują się tradycyjną, ugruntowaną w czasie metodą wytwarzania, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. O tradycyjnym charakterze produktu oprócz wykazania przez producenta, że stosuje tradycyjne receptury i metody produkcji zakorzenione w świadomości konsumentów, świadczy także

jego skład i surowce użyte do produkcji, które są niezmiennie, od co najmniej od 30 lat, zgodnie z rozporządzeniem 1151/2012 powołanym przez samą stronę w odwołaniu.

Zdaniem Prezesa UOKiK poprzez zastosowanie oznaczenia słowno-graficznego „Bacówka – towary tradycyjne” obok nazwy produktu, konsument ma prawo spodziewać się – zwłaszcza obecnie przy bogatej ofercie produktów na rynku – że produkty zostały wytworzone według receptur funkcjonujących od wielu lat i utrwalonych w świadomości konsumentów. Określenie „Bacówka - towary tradycyjne” jest informacją, która trafia do świadomości konsumenta podczas procesu decyzyjnego o zakupie produktu. Określenie to buduje mylne wyobrażenie o produkcie, jeśli nie jest on produktem tradycyjnym, jak w niniejszej sprawie, przez co może spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji o kupnie, której inaczej by nie podjął.

W kwestii posługiwania się w oznakowaniu środków spożywczych pojęciem „tradycyjny”, wypowiedział się Naczelny Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 27 lutego 2014 r. (sygn. akt II GSK 1832/12), stwierdzając iż „posłużenie się przy oznakowaniu produktów pojęciem „tradycja”, „tradycyjny” niewątpliwie wyróżnia towar spośród innych tożsamyh nieoznaczonych w ten sposób, czyniąc go bardziej pożądanym”.

Organ drugiej instancji wskazuje, że treść informacji na opakowaniu jest rozpatrywana całościowo, przy czym ważne jest, aby opisać środek spożywczy w sposób niebudzący wątpliwości, co z kolei umożliwi konsumentowi dokonanie wyboru zgodnie z jego oczekiwaniami i preferencjami. To, że przeciętny konsument jest osobą dobrze poinformowaną, uważną i racjonalną nie zwalnia producenta z obowiązku prawidłowego oznaczania wyrobów.

Fakt kojarzenia przez konsumentów produktu żywnościowego oznaczonego w jakikolwiek sposób terminem „tradycyjny”, „tradycja” z produktem wytworzonym inaczej niż przemysłowy, bo w tradycyjny sposób lub/i przy użyciu tradycyjnych składników, ze względu na treść art. 46 ust. 1 pkt 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, skłaniać powinno producentów (handlowców) oznaczających produkowane (sprzedawane) środki spożywcze do ostrożnego posługiwania się tym pojęciem. Jak już bowiem wspomniano, oznakowanie środka spożywczego nie może wprowadzać konsumentów w błąd i ma stanowić rzetelną charakterystykę produktu, w szczególności co do metod wytwarzania czy produkcji.

Zamieszczone na opakowaniach spornych produktów oznakowanie poprzez sugerowanie unikalnych, właściwych dla tradycji cech, może prowadzić do negatywnego odbioru konkurencyjnych produktów przez przeciętnego konsumenta. Podkreślić przy tym należy, że nazwa podmiotu wskazująca na rodzaj działalności, której podmiot nie wykonuje, w ocenie Prezesa UOKiK, również może wprowadzać w błąd konsumentów co do charakterystyki sprzedawanych produktów, tj. tradycyjnych wynikających z nazwy firmy, a w rzeczywistości nie posiadających takich cech.

Zauważyć należy, że znak słowno-graficzny „Bacówka – towary tradycyjne” był eksponowany i znajdował się w bezpośredniej bliskości nazwy zakwestionowanych produktów na czołowej etykiecie, a nie bezpośrednio przy adresie producenta. Dlatego też Prezes UOKiK nie zgadza się ze stwierdzeniem strony, że wypełnia ona obowiązki nałożone

przez obowiązujące przepisy. W przypadku zakwestionowanych pięciu partii produktów eksponowanie oznaczenia słowno-graficznego „Bacówka – towary tradycyjne” nie było oznaczeniem producenta, a zabiegiem reklamowym czy wręcz manifestowaniem zalet tych towarów w celu zwrócenia uwagi potencjalnego konsumenta.

Zamierzenie to, nie jest przypadkowe, bowiem posłużenie się przy oznakowaniu produktów pojęciem „towary tradycyjne” niewątpliwie wyróżnia towar spośród innych tożsamyh nieoznaczonych w ten sposób, czyniąc go bardziej pożądanym.

Należy również podkreślić, że podane na czołowych etykietach dwóch zakwestionowanych partii pierogów informacje „Wyroby Domowe są przygotowane ręcznie według tradycyjnej polskiej receptury”, jak wykazało przeprowadzone postępowanie, były niezgodne z prawdą. Potwierdzeniem tego jest pismo Małopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych z dnia 1 września 2014 r., który na wniosek Śląskiego WIIH przeprowadził kontrolę u przedsiębiorcy Bacówka Towary Tradycyjne Sp. z o.o., Sp. k. z siedzibą w Rajbrocie. Nieprawdziwą deklarację o ręcznym przygotowywaniu pierogów można byłoby uznać za zafałszowanie, zgodnie z art. 3 pkt 10 ustawy o jakości handlowej i wymierzyć w związku z powyższym stosowną do tego czynu karę pieniężną określoną w art. 40a ust. 1 pkt 4 tej ustawy.

Posłużenie się nazwą wyrobu „pierogi ze szpinakiem”, w ocenie Prezesa UOKiK mogło także wprowadzić konsumenta w błąd, ponieważ w rzeczywistości istotnym składnikiem farszu tych pierogów, oprócz szpinaku (w ilości 30%) był biały ser (w ilości 8%), na co nie wskazywała nazwa produktu. Zawartość farszu w pierogach zgodnie z deklaracją wynosiła co najmniej 40%, a zatem ser stanowił prawie jedną czwartą farszu i w związku z tym powinien, w myśl art. 47 ust. 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, zostać zaznaczony w nazwie w celu właściwego scharakteryzowania produktu.

Ponadto w przypadku ogórków konserwowych oraz musztardy plebana na opakowaniach tych produktów podano dwie nazwy producentów, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd odnośnie źródła pochodzenia. Przepis art. 7 ust. 2 pkt 2 ustawy o jakości handlowej odnosi się do obowiązków ciężących na producencie, a jego celem jest identyfikacja producenta, a przez to zagwarantowanie konsumentowi możliwości odróżnienia konkretnego producenta od innych występujących na rynku oraz dokonania świadomego wyrobu towaru.

Odnosząc się do stwierdzeń strony o złożeniu licznych wniosków o rejestrację nazw szeregu wytwarzanych przez siebie produktów, Prezes UOKiK zauważa, że strona wymieniła cztery produkty („Swoja”, „Swoja ze słoja”, „Szynka lipnicka” oraz „Szołdra”) i żaden z nich nie był kwestionowany w trakcie kontroli przeprowadzonej przez Śląskiego WIIH. Niezależnie od powyższego należy zauważyć, że oznakowanie nazwami handlowymi (w tym zarejestrowanymi zgodnie z przepisami szczególnymi), w myśl art. 45 ust. 2 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, wchodzi w skład oznakowania żywności, a więc jak już wyżej wskazano nie powinno wprowadzać konsumentów w błąd.

Podsumowując należy wskazać, że prawidłowe oznakowanie artykułów rolno-spożywczych stanowi podstawę informacji konsumenckiej, ma na celu umożliwienie konsumentom dokonanie wyboru produktu zgodnego z ich oczekiwaniami. Dlatego też jednym z celów ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych jest ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami kupieckimi. Bogate orzecznictwo sądów administracyjnych wskazuje, że sądy podzielają stanowisko organów kontroli dotyczące nadużywania przez producentów określeń, które bezzasadnie wyróżniają produkty spośród innych tożsamyh nieoznaczonych w ten sposób (m.in. wyroki Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 29 marca 2013 r. nr II GSK 1255/12, Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 22 maja 2013 r. nr VI SA/Wa 3572/13). Tym samym sądy administracyjne stoją na stanowisku kwalifikowania tego rodzaju praktyk mylącego oznakowania środków spożywczych jako wprowadzających konsumentów w błąd oraz stwarzających nierówne warunki konkurencji na rynku.

Prezes UOKiK podkreśla, że organ pierwszej instancji orzekł karę 500 zł, tj. w minimalnej wysokości określonej ustawą za wprowadzenie do obrotu artykułów rolno-spożywczych nieodpowiadających jakości handlowej.

Katalog przesłanek, jakie należy wziąć pod uwagę przy określaniu wysokości kary jest zamknięty i został zawarty w art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej (są to stopień szkodliwości, stopień zawinienia, zakres naruszenia, dotychczasowa działalność przedsiębiorcy i wielkość obrotu). Ze zgromadzonego w aktach sprawy materiału dowodowego wynika, że Śląski WIIH przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej właściwie uwzględnił wszystkie kryteria określone w art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej.

Zgodnie z art. 17 ust. 2 rozporządzenia 178/2002 za naruszenie prawa żywnościowego powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające. W myśl art. 8 ust. 1 rozporządzenia 178/2002 prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów świadomego wyboru związanego ze spożywaną przez nich żywnością i zapobiegać: oszukańczym lub podstępnyh praktykom, fałszowaniu żywności oraz wszelkim innym praktykom mogącym wprowadzać konsumenta w błąd.

Podsumowując Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdził, że sposób ustalania wysokości kary był zgodny z kryteriami wymienionymi w art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej i znajdował uzasadnienie w zebranyh materiale dowodowyh. W świetle powyższego, uznał, że wysokość wymierzonej kary spełni swój skutek prewencyjny i skłoni stronę do przestrzegania przepisów o jakości handlowej, szczególnie z uwagi na wykazane powyżej niedopełnienie należytej staranności w zakresie zapewnienia prawidłowego oznakowania przedmiotowyh produktów.

Zgodnie z art. 40a ust. 6 i 7 ustawy o jakości handlowej, karę pieniężną, o której mowa w sentencji decyzji, stanowiącą dochód budżetu państwa, należy wpłacić na rachunek

bankowy Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Katowicach w terminie 30 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stanie się ostateczna.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zgodnie z art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej. Zatem, w myśl art. 127 § 2 Kpa w związku z art. 1 ust. 3 ustawy o Inspekcji Handlowej, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 1 Kpa organ odwoławczy wydaje decyzję, w której utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów orzekł, jak w sentencji.

Niniejsza decyzja jest ostateczna w trybie postępowania administracyjnego.

Pouczenie

Zgodnie z art. 52 § 1, art. 53 § 1 i art. 54 § 1 ustawy z dnia 30 sierpnia 2002 r. Prawo o postępowaniu przed sądami administracyjnymi (Dz. U. z 2012 r. poz. 270 z późn. zm.) od niniejszej decyzji przysługuje skarga wnoszona do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie. Skargę można wnieść w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Do należności pieniężnych nieuiszczonych w terminie stosuje się przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2012 r. poz. 749, z późn. zm.).

Z up. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
WICEPREZES

Dorota Karczewska

1. **Bacówka Towary Tradycyjne**
Spółka z o.o., Sp. k.,
Rajbrot 470
adres do korespondencji:
ul. Armii Krajowej 19
30-150 Kraków
2. Śląski Wojewódzki Inspektor
Inspekcji Handlowej w Katowicach
3. a/a