

Delegatura w Lublinie
20-079 Lublin, ul. Dolna 3-go Maja 5
Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,
Fax (0-81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

Lublin, dnia 22 sierpnia 2005 r.

RLU – 61 – 12/05/EW

Decyzja RLU Nr 25/2005

Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86 poz. 804 , Nr 170 poz. 1652, z 2004 r. Nr 93 poz. 891, Nr 96 poz. 959), oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18 poz. 172 i z 2003 r. Nr 6 poz. 68), po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego wszczętego z urzędu:

działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisane w art. 23a ust. 2 ustawy wymienionej wyżej, godzące w nie bezprawne działania Przedsiębiorstwa Pszczelarskiego „APIPOL – K.“ Spółka z o.o. z siedzibą w B., polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o sprzedawanym towarze (produkcie) – miodzie wielokwiatowym nektarowym a'400g w zakresie miejsca pochodzenia tego towaru (produktu).

- **oraz stwierdza się zaniechanie jej stosowania od miesiąca marca 2005 r.**

Uzasadnienie

Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w L. pismem z dnia 11 lutego 2005 r. poinformował Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura w Lublinie o wynikach kontroli przeprowadzonych w miesiącu

listopadzie i grudniu 2004 r. w sklepie spożywczo – przemysłowym Plus-Discount w B. P.. Podczas tych kontroli pobrano do badań laboratoryjnych próbki miodu wielokwiatowego nektarowego a'400g wyprodukowanego przez Przedsiębiorstwo Pszczelarskie „APIPOL-K.“ Spółka z o.o.

W wyniku przeprowadzonej analizy pyłkowej w Laboratorium Instytutu Sadownictwa i Kwiaciarstwa Oddział Pszczelarstwa w P. stwierdzono w miodzie występowanie pyłków roślin niespotykanych w polskich miodach, a charakterystycznych dla miodów ukraińskich.

Po zapoznaniu się z wynikami tych badań producent przyznał, że mieszał miód krajowy z miodem importowanym z Ukrainy. Na słoikach jednak umieszczał etykietę o treści „Produkt polski“.

W wyniku tej informacji, po uzyskaniu upoważnienia do prowadzenia tej sprawy w imieniu Prezesa UOKiK przez Delegaturę UOKiK w Lublinie, zostało wszczęte postępowanie administracyjne z urzędu przeciwko Przedsiębiorstwu Pszczelarskiemu „APIPOL- K.“ Spółka z o.o., zwanemu dalej APIPOL, pod zarzutem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o sprzedawanym towarze – miodzie wielokwiatowym nektarowym a'400g, co mogło stanowić naruszenie art. 23a ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86 poz. 804 ze zm.).

W odpowiedzi na wszczęcie postępowania administracyjnego APIPOL wyjaśnił, że zaistniała sytuacja była incydentalna, a miód konfekcjonowany w przedsiębiorstwie ma zawsze właściwą etykietę. Po kontroli Inspekcji Handlowej w sklepie Plus Discount w B. P. podjęto działania polegające na prawidłowym oznaczeniu tego towaru (produktu), który nie został jeszcze sprzedany. Ponadto APIPOL wskazał, że każdy miód stanowiący mieszankę miodów pochodzących z państw Unii Europejskiej i spoza UE sprzedawany na rynku oznaczony jest w następujący sposób: „Mieszanka miodów pochodzących z państw Unii Europejskiej i spoza Unii Europejskiej“.

Dodatkowo przedsiębiorca wskazał, że wprowadzany przez niego do obrotu miód jest bardzo dobrej jakości, co potwierdziła analiza przeprowadzona przez Inspekcję Handlową.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny tej sprawy:

Przedsiębiorstwo Pszczelarskie „APIPOL-K.“ Spółka z o.o. z siedzibą w B. jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego. Do zakresu działalności przedsiębiorcy należy: 15- produkcja oraz przetwórstwo żywności, wszelkich produktów pszczelarskich oraz przetworów zawierających produkty pszczelarskie, a także 51 70A- zbyć wszelkich produktów pszczelarskich oraz przetworów wszelkiego typu zawierających produkty.

W trakcie kontroli przeprowadzonej przez Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w L.w dniach 15-16.11.2004 r. w sklepie spożywczo-przemysłowym Plus-Discont w B.P. obrano do badań laboratoryjnych próbki miodu z partii 69 szt. Był to miód wielokwiatowy nektarowy a'400g oznaczony etykietą z napisem "Produkt polski".

Badania laboratoryjne pobranych próbek przeprowadzono w Instytucie Sadownictwa i Kwiaciarstwa w S. Oddział Pszczelnictwa w P.

Wyniki jakościowe badań próbek nie wykazały nieprawidłowości, natomiast wyniki badań palinologicznych – analizy pyłkowej wskazały, że jest to miód wielokwiatowy o wysokim udziale pyłku typu *Helianthus* (21,2%) niespotykanym w polskich miodach, oraz obecności pyłku *Eremurus* (,7%) charakterystycznego dla miodów ukraińskich.

Ustosunkowując się o wyników tych badań APIPOL stwierdził, że z uwagi na brak dostatecznej ilości miodu krajowego, będąc związany długoterminowymi umowami dostawy między innymi z siecią sklepów Plus Discont, zmuszony był zakupić pewną partię miodu z Ukrainy. W związku z tym przygotowano i zlecono do druku nowe etykiety o treści: Mieszanka miodów pochodzących z państw Unii Europejskiej i spoza Unii Europejskiej". Ze względu na fakt, że nowe etykiety nie były jeszcze gotowe, a istniała konieczność wywiązania się z umowy z Plus Discont część partii w ilości 2352 kg zaopatrzone w etykiety na opakowaniu informujące, że jest to „Produkt polski“, gdy w rzeczywistości była to mieszanka miodu polskiego i ukraińskiego.

Partię w ilości 2352kg skierowano do magazynu głównego Plus Discont w K. W., a stamtąd kierowano miód do różnych punktów Plus Discont na terenie całej Polski (... sklepów ok.- dane nie podlegające ujawnieniu - słoiczków a'400g do każdego sklepu), między innymi i do sklepu nr w B. P. Po wynikach kontroli Inspekcji Handlowej w tym sklepie przeprowadzonych w listopadzie 2004 r. dokonano dnia 27 grudnia 2004 r. nowego oznakowania znajdującego się tam miodu poprzez zamazanie na etykietce napisu „Produkt polski“ i doklejenie w prawym rogu etykiety (bez zrywania folii ze słoika) naklejek samoprzylepnych z informacją: „Mieszanka miodów pochodzących z państw Unii Europejskiej i spoza Unii Europejskiej“. Przekazano do tego sklepu 96 sztuk nowych naklejek.

Nie udało się jednak ustalić w trakcie postępowania administracyjnego, czy tego typu działania podjęto także w innych sklepach, do których kierowany był miód APIPOL-u. Z całą pewnością działania takie podjęto w sklepie w B. P. Innych działań ani przedsiębiorca, ani Plus – Discont nie udowodnił. Z informacji przedstawionych przez Plus- Discont wynika, że ze względu na przyjęty system dystrybucji tj. fakt zamawiania przez sklepy towaru 2x w tygodniu, na dzień dzisiejszy nie ma możliwości, aby miód będący przedmiotem niniejszego postępowania mógł znajdować się jeszcze w sprzedaży. Okres sprzedaży zakwestionowanego miodu obejmował miesiące zimowe, gdy popyt jest największy i dodatkowo okres świąteczny, gdy konsumenci dokonują

zwiększonych zakupów tego rodzaju towarów. Praktycznie nie ma możliwości, aby towar ten mógł być sprzedawany po 01.02.2005r.

Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Zgodnie z treścią art. 23a ust.1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86 poz. 804 ze zm.) przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 23a ust. 2 wskazanej wyżej ustawy, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności naruszenie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Informacja to zgodnie z doktryną i ustawą z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503) dotyczy sprzedawanych towarów, świadczonych usług lub innych istotnych dla konsumenta informacji o towarze, czy usługach..

Obowiązek informowania partnera o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących kontraktu, jego przedmiotu i treści, a także powinność czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny - jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania. Kontrahentem konsumenta jest zawsze zawodowiec, profesjonalista. Wprowadzenie w błąd przy udzielaniu informacji oznacza zachowanie prowadzące do wywołania błędu, a więc fałszywego odzwierciedlenia rzeczywistości w świadomości osoby do której jest skierowane, jak również może zostać osiągnięte przez przemilczenie, zaniechanie poinformowania o faktycznym stanie rzeczy.

Od znawcy, profesjonalisty wymaga się więcej aniżeli od laika. Znawca musi być kompetentny tzn. reprezentować odpowiedni poziom wiedzy, aby mógł udzielać informacji, udzielając jej musi zachować się odpowiednio starannie, tak aby poziom informacji udzielonej odpowiadał tej wiedzy, odniesionej do konkretnej sytuacji.

Zdaniem doktryny z chwilą zainicjowania wzajemnych kontaktów pomiędzy profesjonalistą, a konsumentem (moment, gdy oferta, czy reklama dociera do konsumenta bezpośrednio przed podjęciem przez niego decyzji o zawarciu umowy- kupna towaru) następuje największe natężenie obowiązków profesjonalisty wobec konsumenta. Dotyczy to konieczności udzielenia tych informacji, które są niezbędne dla świadomego dokonania wyboru i podjęcia decyzji o wdaniu się w transakcję przez konsumenta. Ten właśnie moment jest miarodajny dla oceny, czy kontrahent konsumenta wywiązał się ze swych powinności (co do przedmiotu, treści i adekwatności informacji). – *Ewa Łętowska „Prawo umów konsumenckich”, 2 wydanie, Wydawnictwo C.H. Beck, 2002.*

Źródłem informacji, jakie uzyskuje konsument o towarze (produkcje) są przede wszystkim wszelkie informacje pisemne dołączone do towaru, w tym informacje o cenie towaru oraz informacje ustne uzyskane od pracownika sklepu.

Nie ulega wątpliwości, że treść tych informacji powinna być rzetelna, prawdziwa i pełna.

Nie odpowiada tym kryteriom postępowanie producenta miodu wielokwiatowego, firmy APIPOL w przypadku skierowania przez nią do sprzedaży miodu z informacją, że jest to „Produkt Polski”, gdy producent od początku wiedział, że tak nie jest. Informacja załączona przez APIPOL do tego miodu wyraźnie wskazywała konsumentom, że w słoikach znajduje się produkt, który pochodzi z terenu Polski. Tymczasem do słoików tych zakonfekcjonowano mieszankę miodu polskiego i ukraińskiego, co przyznał sam producent. Zatem informacja na towarze o treści „Produkt polski” była nieprawdziwa i wprowadzała konsumentów w błąd, co do miejsca pochodzenia tego produktu.

Wobec faktu błędnego oznaczenia przez producenta, profesjonalistę, jakim jest APIPOL, oferowanego towaru, konsumenci nabywali go w przekonaniu, że jest to produkt krajowy.

Fakt przyznania się przez APIPOL do wprowadzenia konsumentów w błąd i próba naprawienia tego błędu poprzez częściową wymianę etykiet na poprawne nie może być jednak okolicznością uzasadniającą odstąpienie Prezesa UOKiK od oceny tej sprawy pod kątem naruszenia przez tego przedsiębiorcę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji o produkowanych towarze. APIPOL, jako profesjonalista w obrocie powinna zachować, co najmniej należytą staranność, aby nie dopuścić do sytuacji zaistniałej w niniejszej sprawie.

Zatem fakt niezgodnego z rzeczywistym stanem oznaczenia pochodzenia wyprodukowanego i oferowanego konsumentom towaru o nazwie miód wielokwiatowy nektarowy a'400g w ilości ok..... ton, jako „Produktu polskiego”, gdy w rzeczywistości wyrób ten nie spełniał kryteriów, aby oferować go, jako produkt polski stanowi, zdaniem Prezesa UOKiK, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji o tym produkcie w zakresie miejsca jego pochodzenia. Tym samym działania takie w oparciu o art. 23a ust. 2 stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Działanie to jest także czynem nieuczciwej konkurencji określonym w art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503 ze zm.). Artykuł ten stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzać konsumentów w błąd, co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności do spożycia, 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. 19 ust. 1 wskazanej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Prezes UOKiK jest właściwy do występowania z roszczeniami określonymi w artykułe 18 ust. 1, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji zagraża lub narusza interesy konsumentów.

W niniejszej sprawie należy stwierdzić, że działania APIPOL, opisane wyżej, wyczerpują znamiona czynu nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Tym samym spełniona została przesłanka z art. 23a ust. 2, jako kwalifikująca zachowanie przedsiębiorcy pod kątem czynu nieuczciwej konkurencji w postaci naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji o sprzedawanym produkcie miodzie wielokwiatowym nektarowym a'400g w zakresie miejsca pochodzenia tego towaru.

Ze względu na fakt, że w materiałach niniejszej sprawy firma, w sieci, której rozprowadzany był produkt będący przedmiotem postępowania wykazała, że na dzień wydawania przedmiotowej decyzji nie ma możliwości, aby towar ten znajdował się jeszcze w sklepach tej sieci, a dodatkowo producent, APIPOL w przesłanych dokumentach wskazał na incydentalność zakwestionowanego działania i spełnianie przez przedsiębiorcę, jako znaczącego na rynku producenta miodów wszelkich norm, co przekłada się na oferowania bezpiecznego i dobrej jakości produktu, stwierdzono zaniechanie stosowania zarzuconych przedsiębiorcy działań nie wskazując dokładnej daty zaniechania zabronionego prawem działania. Wskazano miesiąc marzec 2005 r. biorąc jeszcze 28 dniową poprawkę do terminu wskazanego przez Plus-Discont.

Tym samym należało orzec, jak w sentencji niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (...), w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. od decyzji Prezesa UOKiK przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa UOKiK - Delegatura w Lublinie.

Otrzymuje:

Przedsiębiorstwo Pszczelarskie

„APIPOL – K” Spółka z o.o.

B.

Decyzja została podpisana z upoważnienia Prezesa UOKiK przez dyrektora Delegatury UOKiK w Lublinie Ewę Wiszniowską