



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-023-85(3)/15/JK

Warszawa, 30 listopada 2015 r.

DECYZJA DIH-1/80/2015

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2014 r. poz. 148, z późn. zm.), art. 6 ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. poz. 915) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorcy MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach od decyzji Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej Warszawie nr PO.278.C.63.2015.MH z dnia 30 września 2015 r. (nr akt sprawy: ŻG.8361.197.2015), którą ww. przedsiębiorcy wymierzono karę pieniężną w wysokości 1.200 zł (słownie: jeden tysiąc dwieście złotych) z tytułu naruszenia obowiązku:

- uwidocznienia w miejscu sprzedaży cen towarów w przypadku 21 asortymentów W tym w przypadku 13 asortymentów również cen jednostkowych),
- uwidocznienia w miejscu sprzedaży aktualnej ceny w przypadku jednego asortymentu towaru,

- 1. uchyla zaskarżoną decyzję w całości,**
- 2. nakłada na przedsiębiorcę MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach karę pieniężną w wysokości 1.150 zł (słownie: jeden tysiąc sto pięćdziesiąt złotych) z tytułu naruszenia, wynikających z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług, obowiązków uwidaczniania w miejscu sprzedaży cen 21 asortymentów towarów (w tym w przypadku 13 asortymentów również cen jednostkowych).**

UZASADNIENIE

Pismem z 20 lipca 2015 r., na podstawie art. 79 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 584), zwanej dalej „*ustawą o swobodzie działalności gospodarczej*”, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Inspekcji

Handlowej w Warszawie, zwany dalej również „*Mazowieckim WIIH*”, zawiadomił przedsiębiorcę MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach, zwanego dalej również „*stroną*”, o zamiarze wszczęcia kontroli w zakresie przestrzegania przepisów dotyczących uwidaczniania cen w należącej do strony placówce, mieszczącej się w Warszawie przy ul. Bacewiczówny 8. Przedmiotowe pismo strona odebrała 21 lipca 2015 r.

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 12-13 sierpnia 2015 r. przez inspektorów reprezentujących Mazowieckiego WIIH, w ww. placówce sprawdzono prawidłowość informowania o cenach oferowanych do sprzedaży towarów. Ustalono, że w przypadku:

1. wafli z kremem kakaowym a` 60 g,
2. wafli z kremem śmietankowym a` 60 g,
3. herbatki ziołowej Mięta a` 40 g,
4. makaronu Mie a` 200 g,
5. makaronu Mie a` 250 g,
6. kieszonek chlebowych Pitta a` 350 g,
7. Pitty dla gastronomii owalnej a` 480 g,
8. żelków owocowych Haribo a` 200 g,
9. dropsów Pulmoll a` 45 g,
10. cukierków Eukaliptus a` 34 g,
11. cukierków Smarties a` 38 g,
12. czekolady Milka Choco & Biscuit a` 300 g,
13. czekolady Milka Toffee Wholenut a` 300 g,
14. kawy Jacobs Velvet a` 100 g,
15. makaronu chińskiego Tao Tao a` 100 g,
16. czekolady truskawkowej Alpinella a` 100 g,
17. czekolady gorzkiej Alpinella a` 100 g,
18. czekolady kokosowej Alpinella a` 100 g,
19. żelków owocowych Haribo a` 100 g,
20. napoju wieloowocowego Dr Witt a` 1 l,
21. soku pomarańczowego z acerolą Dr Witt a` 1 l,

brak było wywieszek zawierających informacje wskazujące ich nazwy handlowe, ceny oraz jednostki miar, do których odnoszą się uwidocznione ceny, co naruszało wymogi art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. poz. 915), zwanej dalej „*ustawą o informowaniu o cenach*”, § 3 ust. 1 oraz 8 ust. 1 pkt 2 (produkty z poz. 1-13) rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 568), zwanego dalej „*rozporządzeniem w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen*”.

Ponadto sprawdzono rzetelność informowania konsumentów o cenach dla 20 asortymentów towarów, porównując dla każdego z towarów ceny uwidocznione na wywieszkach przy towarach i zarejestrowane w kasie. W wyniku powyższego stwierdzono, że w przypadku orzechów włoskich Bakalland a` 100 g na wywieszce podano cenę inną niż

zarejestrowana w systemie komputerowo-kasowym, tj. na wywieszce podano ceną 10,59 zł, a w systemie zarejestrowana była cena wyższa – 11,19 zł, co, w ocenie Mazowieckiego WIIH, naruszało wymagania art. 4 ust. 1 ustawy o informowaniu o cenach oraz § 3 ust. 2 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z 13 sierpnia 2015 r. (nr akt kontroli: ŻG.8361.197.2015).

W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, pismem z 1 września 2015 r., Mazowiecki WIIH poinformował przedsiębiorcę MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie wymierzenia, na podstawie art. 6 ust. 2 ustawy o informowaniu o cenach, kary pieniężnej z tytułu nieprzestrzegania wymogu uwidaczniania cen oferowanych produktów oraz o przysługującym stronie prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów.

Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją nr PO.278.C.63.2015.MH z dnia 30 września 2015 r. (nr akt sprawy: ŻG.8361.197.2015), Mazowiecki WIIH wymierzył ww. przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości 1.200 zł (słownie: jeden tysiąc dwieście złotych), na podstawie art. 6 ust. 2 ustawy o informowaniu o cenach, z tytułu szóstego naruszenia tej ustawy w okresie 12 miesięcy poprzedzających aktualną kontrolę, tj. w przedmiotowym przypadku wymogu uwidaczniania cen oferowanych produktów (21 asortymentów) oraz cen aktualnych w momencie oferowania produktu (jeden asortyment).

Pismem z 19 października 2015 r., strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, odwołanie od ww. decyzji, wnosząc o uchylenie zaskarżonej decyzji w całości i orzeczenie co do istoty sprawy lub umorzenie postępowania w sprawie, ewentualnie uchylenie zaskarżonej decyzji i przekazanie sprawy do ponownego rozpatrzenia organowi pierwszej instancji. Zaskarżonej decyzji strona zarzuciła:

- naruszenie art. 7, 77 § 1 oraz art. 80 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), zwanej dalej: „*k.p.a.*”, poprzez niedostateczne wyjaśnienie stanu faktycznego poprzez:
 - zaniechanie rozpatrzenia całego materiału dowodowego i niepełne uzasadnienie zaskarżonej decyzji, gdyż w toku kontroli zaniechano ustalenia, czy obowiązek uwidaczniania cen nie został spełniony w inny sposób, a mianowicie poprzez zatrudnienie i ulokowanie na terenie placówki pracowników oraz stanowisk informacyjnych, przez co konsumenci mogli uzyskać wszelkie informacje o produktach, w tym co do ich cen i cen jednostkowych;
 - zaniechanie ustalenia kto jest odpowiedzialny za obowiązek uwidocznienia cen towarów w miejscu sprzedaży detalicznej, tj. producent czy właściciel sklepu,
- naruszenie przepisów prawa materialnego, które miało istotny wpływ na wynik sprawy, tj. art. 6 ust. 3 ustawy o informowaniu o cenach poprzez nieuwzględnienie

przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej stopnia naruszenia obowiązków oraz dotychczasowej działalności przedsiębiorcy.

Pismem z 4 listopada 2015 r., Prezes UOKiK poinformował przedsiębiorcę MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach, że przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje, na podstawie art. 10 k.p.a. prawo do zapoznania się z aktami sprawy, a także wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań.

Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o informowaniu o cenach, w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.

Jak stanowi art. 25 ww. ustawy, dotychczasowe przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. z 2013 r. poz. 385) zachowują moc do dnia wejścia w życie przepisów wykonawczych wydanych na podstawie art. 4 ust. 2 ustawy o informowaniu o cenach, nie dłużej jednak niż do dnia 31 grudnia 2015 r. W związku z powyższym, w przedmiotowej sprawie zastosowanie mają odpowiednie przepisy rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen.

Towary oferowane kupującym w miejscu sprzedaży opatruje się wywieszkami zawierającymi informacje wskazujące ich nazwy handlowe, ceny oraz jednostki miar, do których odnoszą się uwidocznione ceny, o czym mówi § 3 ust. 1 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen. Na wywieszkach podaje się ceny aktualne w momencie oferowania (§ 3 ust. 2 ww. rozporządzenia).

W myśl § 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen, cena jednostkowa uwidoczniona przy towarze na wywieszce lub w innej formie dostępnej dla kupującego powinna dotyczyć ceny za:

- 1) 1 litr lub 1 metr sześcienny – dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według objętości,
- 2) 1 kilogram lub 1 tonę – dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według masy,
- 3) 1 metr lub 1 metr kwadratowy – dla towarów sprzedawanych według długości lub powierzchni,
- 4) 1 sztukę – dla towarów sprzedawanych na sztuki.

Zgodnie z § 8 ust. 2 ww. rozporządzenia, ceny jednostkowe towarów sprzedawanych według objętości mogą także dotyczyć 100 mililitrów lub 0,1 litra, a towarów sprzedawanych

według masy – ilości za 100 gramów albo 100 kilogramów, jeżeli te jednostki są stosowane zwyczajowo i powszechnie dla tych towarów.

Nie wymaga uwidocznienia cena jednostkowa określonego towaru, jeżeli jest identyczna z ceną sprzedaży tego towaru, co wynika z § 8 ust. 3 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen.

Jeżeli przedsiębiorca nie wykonuje obowiązków, o których mowa w art. 4 ustawy o informowaniu o cenach, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 20.000 zł (art. 6 ust. 1 tej ustawy), a w przypadku co najmniej trzykrotnego niewykonania tych obowiązków w okresie 12 miesięcy licząc od dnia, w którym stwierdzono pierwsze naruszenie – karę pieniężną do wysokości 40.000 zł (art. 6 ust. 2 tej ustawy).

Ustalając wysokość kary pieniężnej, zgodnie z art. 6 ust. 3 ustawy o informowaniu o cenach, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej uwzględnia stopień naruszenia obowiązków oraz dotychczasową działalność przedsiębiorcy, a także wielkość jego obrotów i przychodu.

W niniejszej sprawie, w toku kontroli przeprowadzonej w placówce należącej do przedsiębiorcy MarcPol S.A. z siedzibą w Łomiankach, stwierdzono, że 21 asortymentów produktów nie było opatrzonych wywieszkami zawierającymi informacje wymagane na gruncie ww. przepisów o uwidacznianiu cen. Ponadto, w przypadku jednego asortymentu produktu stwierdzono rozbieżność między ceną uwidocznioną na wywieszce a zakodowaną w kasie. W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, Mazowiecki WIIH wymierzył w drodze decyzji karę pieniężną ww. przedsiębiorcy, to jest podmiotowi, który dopuścił się naruszenia ustawy o informowaniu o cenach.

W opinii Prezesa UOKiK ustalenia kontroli odnoszące się do naruszenia obowiązku uwidoczniania cen 21 asortymentów towarów (w tym w przypadku 13 asortymentów również cen jednostkowych) wskazywały na popełnienie czynu opisanego w art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o informowaniu o cenach, a więc były podstawą do wymierzenia kary określonej w art. 6 ust. 2 tej ustawy, gdyż jak wynika z akt sprawy, w okresie 12 miesięcy poprzedzających niniejszą kontrolę, strona pięciokrotnie naruszyła przepisy ustawy o informowaniu o cenach.

Prezes UOKiK nie podziela jednak stanowiska organu pierwszej instancji co do naruszenia obowiązujących przepisów przez stronę w zakresie jednego asortymentu produktu zakwestionowanego z uwagi na rozbieżność między ceną przy nim uwidocznioną a zakodowaną w kasie.

Niezgodność uwidocznionej w miejscu sprzedaży detalicznej ceny towaru z faktyczną ceną takiego samego towaru uwidocznioną w kasie jest podstawą do żądania przez konsumenta sprzedaży towaru po cenie korzystniejszej (art. 5 ustawy o informowaniu o

cenach). Niezgodność taka nie jest jednak podstawą faktyczną do wszczęcia postępowania administracyjnego w sprawie nałożenia kary pieniężnej na podstawie art. 6 ust. 1 bądź ust. 2 ustawy. Przepisy niniejsze odwołują się bowiem do art. 4 ww. ustawy, której zdanie pierwsze wymaga uwidocznienia ceny oraz ceny jednostkowej produktu.

Z akt sprawy wynika, że jeden asortyment orzechów włoskich Bakalland a` 100 g został opatrzony wywieszką z ww. informacjami, tym niemniej bezsporna jest rozbieżność pomiędzy ceną uwidocznioną przy tym towarze a zakodowaną w kasie. W tym miejscu zauważyć należy, że cena zakodowana w kasie fiskalnej nie jest ceną uwidocznioną konsumentowi w miejscu sprzedaży - przed zawarciem i wykonaniem umowy sprzedaży. W związku z powyższym, zdaniem Prezesa UOKiK, stwierdzona nieprawidłowość nie stanowi naruszenia ustawy o informowaniu o cenach, a więc nie może być sankcjonowana na gruncie art. 6 ww. ustawy. Tym niemniej, należy mieć na uwadze treść art. 5 ust. 3 pkt 5 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.), zgodnie z którym nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzające w błąd przeciętnego konsumenta działanie, dotyczące ceny, sposobu obliczenia ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej, tego rodzaju działania mogą podlegać reżimowi tej ustawy.

Mając na uwadze powyższe, po analizie zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, Prezes UOKiK uznał, że stwierdzona przez Mazowieckiego WIIH nieprawidłowość polegająca na rozbieżności między ceną uwidocznioną przy jednym asortymencie produktu a ceną zakodowaną w kasie fiskalnej nie podlega reżimowi ustawy o informowaniu o cenach, dlatego też na podstawie art. 138 § 1 pkt 2 k.p.a. uchylił zaskarżoną decyzję w całości i orzekł co do istoty sprawy poprzez nałożenie kary pieniężnej z tytułu naruszenia art. 4 ustawy o informowaniu o cenach przy uwzględnieniu obniżenia wymierzonej przez organ pierwszej instancji kary pieniężnej o uśrednioną wartość kary za jeden asortyment orzechów włoskich Bakalland a` 100g.

Odwołując się od decyzji, strona kwestionuje ustalenia kontroli i wskazuje, że nieprawdziwe są stwierdzenia organu pierwszej instancji co do niedopełnienia przez nią obowiązku uwidocznienia cen i cen jednostkowych zakwestionowanych produktów. Strona podniosła, że zgodnie z § 8 ust. 1 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen cena jednostkowa może być umiejscowiona na wywieszce lub przekazana w innej formie dostępnej dla konsumenta, w związku z czym strona „zatrudniła oraz ulokowała” na terenie kontrolowanej placówki pracowników, którzy w każdej chwili są dostępni dla kupujących i mogą udzielić wszelkich informacji o produktach, w tym również o ich cenach. Ponadto na terenie kontrolowanej placówki znajdowały się stoiska informacyjne, gdzie konsumenci również mogli otrzymać niezbędne informacje.

Odpowiadając na powyższe argumenty strony, Prezes UOKiK wskazuje, że nie zasługują one na uwzględnienie, gdyż strona wywodzi je z niewłaściwej podstawy prawnej.

Należy w pierwszej kolejności zauważyć, że ustawa o informowaniu o cenach w art. 4 ust. 1 zadnie pierwsze jednoznacznie stanowi, iż informację o cenie produktu uwidacznia się w miejscu sprzedaży. Uwidocznieniem jest przedstawienie informacji w sposób widoczny, łatwy i bezpośrednio dostępny dla kupujących, tak, aby sami mogli zaznajomić się z tymi informacjami. Podanie informacji o cenie towaru w formie ustnej, z użyciem mowy, nie jest ich uwidocznieniem (tylko, jeżeli ze specyfiki zawieranej umowy wynikałoby, że konsument, przedsiębiorca oraz oferowany towar nie znajdowałiby się jednocześnie w miejscu sprzedaży, zaś przedsiębiorca nie miałby fizycznej możliwości uwidocznienia (unaocznienia konsumentowi) informacji wynikających z ustawy o informowaniu o cenach w inny sposób, wyjątkowo dopuszczalne byłoby przekazanie ich ustnie, co jednak nie miało miejsca w przedmiotowej sprawie). Sposób przekazywania konsumentom informacji o cenach produktów w niniejszej sprawie reguluje § 3 ust. 1 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen, a nie wskazany przez stronę § 8 ust. 1 tego rozporządzenia. Zgodnie z § 3 ust. 1 zdanie pierwsze ww. rozporządzenia, towary oferowane kupującym w miejscu sprzedaży opatruje się wywieszkami zawierającymi informacje wskazujące ich nazwy handlowe, ceny oraz jednostki miar, do których odnoszą się uwidocznione ceny. Przyjąć w związku z tym należy, że uwidocznieniem jest podanie informacji w formie wizualnej (na wywieszce), a nie ustnej. Kupujący nie może więc być informowany o cenie towaru w sposób pośredni, wymagający od niego podjęcia czynności związanych z zasięgnięciem informacji o cenie, w przedmiotowej sprawie zapytania pracownika placówki, ponieważ to na sprzedawcy ciąży obowiązek uwidocznienia wszystkich wymaganych prawem informacji. Z tym zakresem informacji konsument powinien się zaznajomić w sposób bezpośredni przed dokonaniem czynności zakupu. Wskazać przy tym należy na orzecznictwo sądownoadministracyjne, choć odnoszące się do nieaktualnego stanu prawnego, ale stanowiącego wytyczną w zakresie interpretacji obowiązków przedsiębiorców w zakresie informowania o cenach towarów i usług: „W interesie każdego kupującego leży bowiem natychmiastowe uzyskanie informacji o cenie nabywanego towaru, bez uciekania się do takich sposobów jak używanie rozmieszczonych w różnych punktach sklepu czytników czy też sprawdzenie ceny towaru w kasie.” (wyrok NSA w Warszawie z 7 grudnia 2001 r., sygn. III SA 2159/01). Prezes UOKiK nie daje wiary argumentom strony również z uwagi na ilość oferowanych w kontrolowanej placówce towarów, która zgodnie z oświadczeniem kierownika sklepu wynosi prawie 20 tys. asortymentów. Należy więc wątpić, aby pracownicy posiadali dokładną wiedzę o cenie każdego znajdującego się w ofercie sklepu produktu.

Odnosząc się do zarzutu zaniechania ustalenia przez organ pierwszej instancji kto jest odpowiedzialny za obowiązek uwidocznienia cen w miejscu sprzedaży, tj. właściciel sklepu czy producent danego towaru, Prezes UOKiK informuje, że również ten zarzut nie znajduje uzasadnienia. Niewątpliwie ustawa o informowaniu o cenach reguluje zagadnienia dotyczące obowiązku informowania przez sprzedawcę o cenach oferowanych towarów i usług w obrocie detalicznym. Ustawa ta implementuje do polskiego porządku prawnego dyrektywę 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (Dz. U. UE L 80 z 18.3.1998, s.

27), zwaną dalej „dyrektywą 98/6/WE”. Zgodnie z art. 1 tej dyrektywy, jej celem jest ustalenie podania ceny sprzedaży oraz ceny za jednostki miary produktów oferowanych konsumentom przez podmioty gospodarcze w celu lepszego przekazywania informacji konsumentom oraz ułatwienia porównania cen. Jak zaś stanowi art. 2 lit. d ww. dyrektywy podmiot gospodarczy, o którym mowa w art. 1, oznacza każdą osobę fizyczną lub prawną, która sprzedaje lub oferuje do sprzedaży produkty, które należą do zakresu jego działalności handlowej lub zawodowej. Nadto, art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o informowaniu o cenach wskazuje, iż ceny i ceny jednostkowe produktów uwidacznia się w miejscu sprzedaży. Nie ulega więc wątpliwości, że to na stronie jako na oferującym produkty do sprzedaży ciążył obowiązek informowania konsumentów o ich cenach.

Przechodząc do kolejnego zarzutu, a mianowicie nieuwzględnienia przez Mazowieckiego WIIH przy ustalaniu wysokości kary stopnia naruszenia obowiązków oraz dotychczasowej działalności przedsiębiorcy, Prezes UOKiK wskazuje, że zgodnie z art. 8 dyrektywy 98/6/WE, kary pieniężne za naruszenie obowiązku informowania konsumentów o cenie oferowanych produktów i usług muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające. Organy Inspekcji Handlowej przy ustalaniu wysokości wymierzanej kary pieniężnej, zgodnie z art. 6 ust. 3 ustawy o informowaniu o cenach, biorą pod uwagę stopień naruszenia obowiązków, dotychczasową działalność przedsiębiorcy oraz wielkość jego obrotów i przychodu. W przedmiotowej sprawie, w związku z niezasadnym zakwestionowaniem przez Mazowieckiego WIIH jednego asortymentu orzechów włoskich Bakalland a` 100 g, wymierzając karę pieniężną, Prezes UOKiK ponownie ocenił poszczególne ww. przesłanki, co wpłynęło na zmniejszenie wysokości kary pieniężnej, proporcjonalnie do zmniejszonej liczby zakwestionowanych produktów. Prezes UOKiK ustalił, że przy wymierzonej przez organ pierwszej instancji karze w wysokości 1.200 zł, kara za naruszenie przepisów w przypadku jednego asortymentu średnio wynosi 50 zł (przy zaokrągleniu) – $1.200 \text{ zł} : 22 \text{ asortymenty} = 54,5 \text{ zł/asortyment}$. Wobec tego, w ocenie organu odwoławczego, wysokość wymierzonej przez organ pierwszej instancji kary należało obniżyć, zmniejszając jej wysokość o część kary przypadającej na jeden, niezasadnie zakwestionowany asortyment produktu ($1.200 \text{ zł} - 50 \text{ zł} = 1.150 \text{ zł}$).

Miarkując stopień naruszenia obowiązków, Prezes UOKiK uznał za udowodnione nieprawidłowości w zakresie całkowitego braku wywieszek z wymaganymi ustawą o informowaniu o cenach informacjami w przypadku 21 asortymentów produktów (w tym w przypadku 13 asortymentów również cen jednostkowych). Powyższe ma istotne znaczenie z punktu widzenia interesów konsumentów, gdyż nie otrzymywali oni żadnej informacji o cenach oferowanych ww. produktów, co uniemożliwiało im dokonanie wyboru produktu w oparciu o to kryterium.

Biorąc pod uwagę dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku, organ wziął pod uwagę, że, włączwszy bieżącą kontrolę, przedsiębiorca po raz szósty w okresie 12

miesiący od stwierdzenia pierwszego naruszenia nie zastosował się do przepisów ustawy o informowaniu o cenach. Akta sprawy wskazują, że organ pierwszej instancji prowadził w tym okresie wobec strony pięć postępowań, które zakończyły się wydaniem decyzji ostatecznych i nałożył na ich podstawie kary pieniężne z tytułu nieprzestrzegania obowiązków wskazanych w ww. ustawie, tj. decyzji: z dnia 19 lutego 2015 r. na kwotę 500 zł, z dnia 14 kwietnia 2015 r. na kwotę 300 zł, z dnia 16 kwietnia 2015 r. na kwotę 300 zł, z dnia 23 lipca 2015 r. na kwotę 600 zł, z dnia 6 sierpnia 2015 r. na kwotę 500 zł.

Wielkość przychodu ustalono na podstawie oświadczenia przedsiębiorcy z 7 września 2015 r., które pozwala zaliczyć stronę do małych przedsiębiorców (art. 105 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej).

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa UOKiK, kara pieniężna w wysokości 1.150 zł jest proporcjonalna do osiągniętego obrotu oraz rozmiaru stwierdzonych nieprawidłowości.

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 k.p.a. 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. 7 ust. 1 i 3 ustawy o informowaniu o cenach, karę pieniężną, o której mowa w sentencji decyzji, stanowiącą dochód budżetu państwa, należy wpłacić na rachunek bankowy Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Warszawie w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stanie się ostateczna.

Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 2 k.p.a., organ odwoławczy wydaje decyzję, w której uchyla zaskarżoną decyzję w całości albo w części i w tym zakresie orzeka co do istoty sprawy.

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, 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, którą należy wnieść w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Do należności pieniężnych nie uiszczonych w terminie stosuje się przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 613).

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Wiceprezes
Dorota Karczewska

Otrzymują:

1. MarcPol S.A.
al. Wilanowska 365
02-665 Warszawa
2. Mazowiecki Wojewódzki Inspektor
Inspekcji Handlowej w Warszawie
3. a/a