



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel.(071)344 65 87, (071)34 05 920, fax (071)34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR 61 – 5/04/WS

Wrocław, 24 czerwca 2004 r.

DECYZJA RWR 28/04

Na podstawie art. 23e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. z 2003 r. Nr 86 poz. 804 ze zm.) 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 postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej z siedzibą w Piechowicach

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się działanie ww. przedsiębiorcy **za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy, polegającą na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz nieuczciwej i wprowadzającej w błąd reklamie, poprzez informowanie, że produkowane przez przedsiębiorców towary w postaci skarpet, posiadają określone właściwości (tj. wielkość : 23-24, charakterystyka jakościowa : bawełna – 80; elastor – 20), podczas gdy istnienie tych właściwości zostało zakwestionowane przeprowadzonymi badaniami Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu **i stwierdza się zaniechanie jej stosowania** z dniem 29 lutego 2004 r.

UZASADNIENIE

1. Do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu wpłynęło pismo Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu (dalej: IH), informujące o kontroli przeprowadzonej w Zakładzie Produkcyjnym „Schila” w Piechowicach, którego właścicielami są Grzegorz Mandziej i Janusz Haściło. W wyniku kontroli ustalono, iż produkowane przez przedsiębiorców towary w postaci skarpet, nie posiadają deklarowanych właściwości. Różnice dotyczyły wielkości skarpet oraz ich charakterystyki jakościowej. IH informowała ponadto, iż istnienie tych deklarowanych właściwości zostało zakwestionowane przeprowadzonymi badaniami Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu.

1.1. Mając na uwadze informacje zawarte w piśmie IH oraz dołączoną dokumentację, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „organ antymonopolowy”), postanowieniem nr 46/04 z dnia 31 marca 2004 r., wszczął z urzędu **postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**, w związku z możliwością stosowania przez Grzegorza Mandzieja i Janusza Haściło, prowadzących działalność gospodarczą w postaci Zakładu Produkcyjnego „Schila” w Piechowicach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na: naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz nieuczciwej i wprowadzającej w błąd reklamie, poprzez informowanie, że produkowane przez przedsiębiorców towary w postaci skarpet, posiadają określone właściwości (tj. wielkość : 23-24, charakterystyka jakościowa : Bawełna – 80; elastor – 20), podczas gdy istnienie tych właściwości zostało zakwestionowane przeprowadzonymi badaniami Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu, co może stanowić naruszenie art. 23a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej: *ustawa o ochronie...*).

dowód – postanowienie karta 8.

1.2. W toku postępowania postanowieniem nr 80/04 z dnia 24 maja 2004 r. Prezes UOKiK zmienił z urzędu swoje postanowienie nr 46/04 z dnia 31 marca 2004 r. w zakresie oznaczenia strony postępowania w ten sposób, iż w miejsce dotychczasowego oznaczenia strony brzmiącego : „Grzegorz Mandziej i Janusz Haściło, prowadzący działalność gospodarczą w postaci Zakładu Produkcyjnego „Schila” w Piechowicach przy ul. Świerczewskiego 11”, wpisał oznaczenie : „, P.P.H i U „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej”. Przyczyną powyższej zmiany była analiza wypisu z KRS z którego wynikało, iż prawidłowe oznaczenie przedsiębiorcy powinno brzmieć : „,P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej”

dowód - KRS 0000095202, Dział 1 Rubryka 1.

1.3. Ustosunkowując się do postawionych zarzutów, przedsiębiorca poinformował, iż PPHiU „Schila” Sp. j. w miesiącu lipcu 2003 r. zakończył produkcję, zaś w lutym 2004 r. dokonał po raz ostatni sprzedaży towarów. Ponadto przedsiębiorca poinformował, iż obecnie zaprzestał produkcji i sprzedaży przedmiotowych skarpet oraz znajduje się w fazie likwidacji. Wyjaśnił ponadto, że nie wnosi uwag do protokołu kontroli IH z dnia 19 stycznia 2004 r.

dowód – pisma uczestnika karta 11, 12 i 21.

2. Przeprowadzone przez organ antymonopolowy postępowanie dowodowe pozwoliło na ustalenie następującego stanu faktycznego:

2.1. Uczestnik prowadzi działalność gospodarczą pod firmą „P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej” z siedzibą w Piechowicach. Przedmiotem działalności gospodarczej jest „produkcja trykotaży, dzianin, rajstop i skarpet”

dowód - KRS 0000095202 k. 14-15.

2.2. W dniu 19 stycznia 2004 r. Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej we Wrocławiu Delegatura w Jeleniej Górze przeprowadził kontrolę w zakładzie

produkcyjnym uczestnika. Przedmiotem kontroli było m.in. badanie jakości produkowanych i sprzedawanych skarpet

dowód – protokół kontroli k. 2-3.

W wyniku kontroli ustalono, iż rzeczywiste wielkości skarpet (21,22 cm) są niezgodne z wielkościami zadeklarowanymi przez uczestnika na etykiecie jednostkowej (zadeklarowano rozmiar większy, tj. 23-24)

dowód – sprawozdanie z badań k. 4-6.

Ponadto przeprowadzona analiza laboratoryjna skarpet bawełnianych wielkości 23-24, koloru szary-melanż wykazała, iż rzeczywisty skład surowcowy w % wag., tj. bawełna 50,8, poliester 48,5, elastor 0,7 – jest niezgodny z wielkościami zadeklarowanymi przez uczestnika na etykiecie jednostkowej (zadeklarowano : bawełna – 80; elastor – 20)

dowód – sprawozdanie z badań k. 4-6.

Kontrolowany, tj. uczestnik, nie odmówił podpisania protokołu kontroli

dowód – protokół kontroli k. 3 odwrot.

2.3. Na etykiecie jednostkowej zakwestionowanego towaru znajdują się m. in. następujące informacje :

- „ROZMIAR 23-24”
- „Skarpety Bawełniane”
- „80% BAWELNA”
- „20% ELASTOR”

dowód – załącznik do protokołu kontroli k. 6.

2.4. Uczestnik zakończył sprzedaż towaru objętego niniejszym postępowaniem, tj. skarpet bawełnianych, w miesiącu lutym 2004 r.

dowód – pismo uczestnika k. 21.

3. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes Urzędu zważył:

3.1. Art. 23a ust. 1 zd. 1 ustawy *o ochronie...* wskazuje, że „przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”.

Z kolei ust. 2 tego artykułu wymienia przykładowo, na czym może polegać praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów. Jest nią m.in. naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz stosowanie przez przedsiębiorcę nieuczciwej lub wprowadzającej w błąd reklamy. Do stwierdzenia praktyki z art. 23a ustawy *o ochronie...* konieczne jest zatem wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,

3) naruszenia tymi działaniami zbiorowego interesu konsumentów.

3.2. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współzycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Aktem prawnym, do którego należy odwołać się w niniejszej sprawie jest ustawa z dnia 16 kwietnia 1993r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz. U. Nr 47, poz. 211 z późn. zm.), zwana dalej „uznk”. Ustawa ta w art. 3 wskazuje, co jest czynem nieuczciwej konkurencji, natomiast w ust. 2 precyzuje, że jest nim m.in. wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług. Na gruncie uznk dwa przepisy zasadniczo odnoszą się do kwestii wprowadzenia klientów w błąd, tj. art. 10 ust. 1 oraz art. 16 ust. 1 pkt 2. Zdaniem Prezesa Urzędu oba powołane przepisy zostały przez uczestnika naruszone.

a) Zgodnie z art. 16 ust. 1 pkt 2 uznk czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi.

Zdaniem Prezesa Urzędu, P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej, posługując się w oznaczeniach swoich wyrobów terminami:

- „ROZMIAR 23-24”

- „80% BAWELNA”

- „20% ELASTOR

wprowadza konsumentów w błąd, gdyż sugeruje istnienie właściwości towarów, których w rzeczywistości nie posiadają. Konsumenty, widząc taką informację podejmują decyzje o zakupie, działając w przekonaniu, że np. kupują skarpety o rozmiarze 23-24 oraz w zasadzie bawełniane (80% bawełny, 20% elastor). W rzeczywistości jednak oferowane produkty cech tych nie posiadają, zaś faktyczne właściwości towaru są zdecydowanie gorsze, aniżeli deklarowane (mniejszy rozmiar oraz mniejszy udział bawełny), a tym samym takie oznaczenie może wpływać na nich odnośnie zamiaru nabycia produktów.

Poza sporem w niniejszej sprawie pozostaje fakt, iż istnienie właściwości, na które wskazywały etykiety, zostało zakwestionowane badaniami Inspekcji Handlowej. Z powyższego wynika więc, że stosując wprowadzające konsumentów w błąd oznaczenia swoich towarów, przedsiębiorca naruszył art. 3 i 16 ust. 1 pkt 2 uznk.

b) Przedsiębiorca naruszył również art. 10 ust. 1 uznk. Zgodnie z powołanym przepisem czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów, które może wprowadzić klientów w błąd co do istotnych cen towaru, w tym m.in. co do ilości, jakości, składników, możliwości zastosowania. Sposób oznaczenia towaru może w przedmiotowej sprawie wprowadzać w błąd konsumentów odnośnie rozmiaru i składników towaru, a zatem odnośnie jego istotnych cech.

Tym samym należy uznać działanie P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej w zakresie oznaczeń skarpet bawełnianych za bezprawne, co jednocześnie uzasadnia stwierdzenie, że została spełniona pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy.

3.3. Przechodząc do analizowania kolejnej przesłanki należy wyjaśnić, w jaki sposób bezprawne działanie P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej godzi w interes konsumentów.

Otóż, jak już wskazano w punkcie poprzednim, działanie przedsiębiorcy, który podaje do wiadomości potencjalnych nabywców towaru, że posiada on jakieś właściwości - gdy w rzeczywistości ich nie posiada - jest działaniem wprowadzającym ich w błąd. Zrozumiałe jest, że producent (sprzedawca) zachęca do nabywania danego towaru, należy jednak

wskazać, iż rolą przekazu informacyjnego jest nie tylko promowanie tego produktu i namawianie konsumentów do jego zakupu, ale również rzetelne i zgodne z prawdą informowanie ich o towarze, jego cechach użytkowych, właściwościach i przeznaczeniu. W przedmiotowej sprawie oznaczenia na towarach przedsiębiorcy nie mieściły się w ramach rzetelnej i prawdziwej informacji, lecz przybrały wymiar nieuczciwej reklamy, opisaney w 16 ust. 1 pkt 2 uznk, czyli takiej, która wywołuje u konsumentów błędne wyobrażenie o produkcie, które wpływa na ich decyzję o zakupie. Oznaczenia te przybrały również postać czynu nieuczciwej konkurencji opisanego w art. 10 ust. 1 uznk – poprzez zawarcie w oznaczeniu towaru informacji wprowadzających klientów w błąd. Klient po otrzymaniu informacji, że towar posiada określone, atrakcyjne dla niego właściwości szybciej zdecyduje się na zakup, niż w sytuacji, gdyby takich informacji nie otrzymał. Działanie przedsiębiorcy nierzetelnie zachwalającego produkowane przez siebie towary może być uznane za wprowadzające klientów w błąd nawet wtedy, gdy do nabycia tego towaru nie doszło. Ponadto wskazane artykuły tj. 16 ust. 1 pkt 2 i art. 10 ust. 1 uznk nie wymagają, aby wprowadzenie w błąd rzeczywiście nastąpiło, wystarczy, jeśli istnieje samo zagrożenie możliwością wprowadzenia klientów w błąd.

Twierdzenie, że przedsiębiorca oznaczając swoje produkty w zakwestionowany wyżej sposób godzi w interesy konsumentów, jest zasadne przede wszystkim z tego powodu, że określenie „skarpety bawełniane” wraz z podaną wysoką procentową zawartością bawełny rodzi przekonanie o ekologicznej naturze produktu. Kierowanie się konsumentów w zakresie nabywania towarów względami ekologii jest rzeczą powszechnie znaną. Ponadto podana na etykietce wielkość skarpet t.j. „23-24” należy do najczęściej kupowanej, a więc najatrakcyjniejszej z handlowego punktu widzenia. Oznacza to, iż stosunkowo duża grupa potencjalnych klientów narażona była na wprowadzenie w błąd co do podstawowych właściwości produktu.

Tak więc zakwestionowane przez Prezesa Urzędu działanie przedsiębiorcy jest działaniem wprowadzającym konsumentów w błąd, a tym samym godzącym w ich interesy. Przy czym było to działanie świadome i zamierzone, mające na celu skłonienie klientów do zakupu skarpet, poprzez informowanie i zachwalanie o ich wielkości i składzie, które to informacje okazały się nieprawdziwe. To z kolei powoduje, że została spełniona druga z trzech ww. przesłanek.

3.4. Ustawa *o ochronie...* nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 23a ust. 1 zd. 2, że nie jest nim suma 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 powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Działanie P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej polegające na wprowadzającym konsumentów w błąd oznaczaniu swoich produktów, narusza interesy nieoznaczonej liczby obecnych użytkowników, jak i potencjalnych nabywców tych towarów. Zakwestionowane informacje, odnośnie bardzo wysokiego udziału bawełny w składzie surowcowym skarpet oraz atrakcyjnym ich rozmiarze funkcjonując w obrocie handlowym z konsumentami, mogą wpływać na ich decyzje odnośnie nabycia tych produktów. Zatem nieokreślony krąg kupujących może zostać wprowadzony w błąd wskutek nieprawdziwych informacji, które podaje przedsiębiorca. W tym stanie rzeczy należy uznać, że naruszony został zbiorowy interes konsumentów, a tym samym spełniona ostatnia z trzech ww. przesłanek.

Wobec jednoczesnego spełnienia wszystkich trzech przesłanek należało zachowanie P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej

uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ustawy o ochronie.... Jednocześnie z uwagi na fakt zaprzestania praktyk będących przedmiotem postępowania, Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie ich stosowania z dniem 29 lutego 2004 r.

Podstawą do rozstrzygnięcia danej sprawy w oparciu o przepisy ustawy *o ochronie...* jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust.1, którym jest: określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów.

Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów; innymi słowy: zagrożenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie zagrożeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu przewidzianych w ustawie działań w celu jego ochrony.

Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust 1 ustawy *o ochronie...* w związku z art. 479²⁸ 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 Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

Z up. Prezesa UOKiK
Dyrektor Delegatury UOKiK
we Wrocławiu
Zbigniew Jurczyk

Otrzymuje:

P.P.HiU „Schila” Spółka jawna Janusz Haściło, Grzegorz Mandziej
w Piechowicach,
ul. Świerczewskiego 11, 58-573 Piechowice