



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-023-12(9)/16/AgŁ

Warszawa, 14 kwietnia 2016 r.

**DECYZJA DIH-1/42/2016**

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 23), 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. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 678 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorcy „Food Love” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu od decyzji Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej we Wrocławiu z dnia 28 grudnia 2015 r. (nr akt sprawy: KBP-ŻG.8361.61.2015), którą ww. przedsiębiorcy wymierzono karę pieniężną w wysokości 1 000 zł (słownie: jeden tysiąc złotych), z tytułu wprowadzenia do obrotu zafałszowanej jednej partii wina „Frizzante Bianco Frizzin” – utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

**UZASADNIENIE**

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 16-30 kwietnia 2015 r., przez inspektorów reprezentujących Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej we Wrocławiu, zwanego dalej „Dolnośląskim WIIH”, w lokalu gastronomicznym Cafe Bistro Bar Le Chef we Wrocławiu, przy ul. Więziennej 31, należącym do przedsiębiorcy „Food Love” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu stwierdzono, że w ofercie sprzedaży zawartej w cenniku znajdowały się:

- wyrób zadeklarowany jako „Prosto z beczki Prosecco”, w cenie 8 zł;
- jeden rodzaj aperitifów zadeklarowanego jako „SPRITZ” o składzie: Aperol, Prosecco, woda sodowa i owoce sezonowe, w cenie 13 zł.

W dniu kontroli, występując w charakterze konsumentów inspektorzy zamówili dwie porcje (kieliszki) wyrobu zadeklarowanego jako „Prosto z beczki Prosecco”. Zakup został zarejestrowany na paragonie z kasy fiskalnej jako „Prosecco Kieliszek”. Po wydaniu wina, w toku dalszych czynności kontrolnych dokonano identyfikacji produktu przeznaczonego do wydawania konsumentom. Jak ustalono, do konsumpcji zamiast wina „Prosecco” wydano

wino „Frizzante Bianco Frizzin”, stosownie do wyjaśnień kelnerki i kierownika sali z 16 kwietnia 2015 r. oraz wyjaśnień kontrolowanego z 22 kwietnia 2015 r.

Ponadto, w kontrolowanym lokalu nie stwierdzono butelek z winem „Prosecco”, tylko jedno plastikowe opakowanie typu keg o pojemności 20 l, podłączone do dystrybutora, na którym naklejona była etykieta z oznaczeniem: „SANMARTINO AZ. VINICOLA – VISNA TV MADE IN ITALY”. Podczas kontroli kontrolowany okazał okrągłą nakrętkę z tego kega z naklejką o treści: „VINO FRIZZANTE BIANCO „FRIZZIN” 11 % VOL, 20 LITRI, L2315, COND. DA AZIENDA VINICOLA SAN MARTINO SAS, ICQ TV 8197 VAZZOLA ITALIA, PRODOTTO IN ITALIA, CONTIENE SOLFITI CONTAINS SULPHITES” oraz znakiem skarbowym akcyzy. Zgodnie z wyjaśnieniami kontrolowanego, okazana nakrętka została zdjęta z kega w czasie podłączania go do dystrybutora. Wino to zostało zakupione w hurtowni za kwotę 384,44 zł, na podstawie faktury VAT nr F/001027/15 z 13 kwietnia 2015 r., gdzie w pozycji nr 1 zostało opisane jako „San Martino Key Keg Frizzin 20 l”.

Powyższe ustalenia udokumentowano w protokole kontroli z 30 kwietnia 2015 r. (nr akt kontroli: KBP-ŻG.8361.61.2015), w tym w: załącznikach nr 1, 2 i 4 do tego protokołu, stanowiących odpowiednio wyjaśnienia kelnerki i kierownika sali z 16 kwietnia 2015 r. oraz wyjaśnienia kontrolowanego z 22 kwietnia 2015 r., a także dołączonych do niego dowodach, tj. fakturze VAT nr F/001027/15 z 13 kwietnia 2015 r., kserokopii cennika przed i po zmianie deklaracji oraz wydruków zdjęć przedstawiających etykietę wina „Frizzante Bianco Frizzin”.

Na podstawie powyższych ustaleń, Dolnośląski WIIH stwierdził, że przedmiotowe wino, z uwagi na to, że było serwowane konsumentom jako wino „Prosecco” indywidualnie lub w formie składnika aperitifów zostało uznane za artykuł rolno-spożywczy zafałszowany, w rozumieniu art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 678 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o jakości handlowej”. Zafałszowanie polegało na podaniu w oznakowaniu, tj. cenniku, nazwy produktu niezgodnej z prawdą, tj. wino „Frizzante Bianco Frizzin” oferowano jako wyrób pod nazwą „Prosto z beczki Prosecco” oraz jako składnik aperitifów występujący pod nazwą „Prosecco”, z bezprawnym wykorzystaniem chronionej nazwy pochodzenia „Prosecco”.

Taki sposób oznakowania produktu, zdaniem organu pierwszej instancji, wprowadzał konsumentów w błąd co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru i tożsamości, co stanowiło naruszenie treści art. 7 ust. 1 lit. a) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylecia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. U. UE L 304 z 22.11.2011 s. 18 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (UE) nr 1169/2011”.

W związku ze stwierdzonymi niezgodnościami, pismem z 28 października 2015 r., Dolnośląski WIIH zawiadomił ww. przedsiębiorcę, zwanego dalej również „stroną”, o wszczęciu postępowania administracyjnego w sprawie wymierzenia, na podstawie art. 40a

ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, kary pieniężnej z tytułu wprowadzenia do obrotu zafałszowanej jednej ww. partii wina, informując przy tym o przysługującym jej prawie do czynnego udziału w postępowaniu. Jednocześnie, w piśmie tym wezwał ją do przekazania informacji o wielkości obrotów i przychodu za rok 2014. Ponowne wezwanie skierował do niej w piśmie z 26 listopada 2015 r.

Strona skorzystała z przysługujących jej uprawnień i złożyła stosowne wyjaśnienia w wiadomości e-mail z 2 grudnia 2015 r., do której dołączyła dokument z 25 listopada 2014 r. przedstawiający żądane informacje. Nadmieniła, że zakwestionowane wino było w sprzedaży jeden dzień do czasu kontroli, a więc jego sprzedaż nie wygenerowała przychodów dla spółki, oraz że stwierdzone nieprawidłowości zostały niezwłocznie usunięte. Zwróciła uwagę, że jest to młoda spółka działająca od 2014 roku i wymagająca ciągłych nakładów inwestycyjnych, która w ubiegłym roku wykazała stratę. Dodatkowo, 4 grudnia 2015 r. strona stawiała się w siedzibie Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu na przeglądanie akt sprawy.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją z dnia 28 grudnia 2015 r. (doręczoną stronie 7 stycznia 2016 r.) Dolnośląski WIIH wymierzył stronie, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, karę pieniężną w wysokości 1 000 zł z tytułu wprowadzenia do obrotu zafałszowanej jednej ww. partii wina.

Pismem z 21 stycznia 2016 r. (nadanym tego samego dnia w polskiej placówce pocztowej operatora publicznego), strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, odwołanie od ww. decyzji, wnosząc o jej uchylenie. Zaskarżonej decyzji strona zarzuciła niezgodność z prawem. Jej zdaniem, organ pierwszej instancji dopuścił się naruszenia przepisu prawa materialnego, tj. art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy o jakości handlowej, poprzez jego niewłaściwe zastosowanie na skutek uznania, że wprowadzona przez stronę do obrotu jedna porcja wina „Frizzante Bianco Frizzin” opisanego w karcie menu jako „Prosto z beczki Prosecco”, była produktem zafałszowanym, podczas gdy stwierdzone w odniesieniu do tego produktu niezgodności lub zmiany nie naruszały interesów konsumentów w sposób istotny, a więc nie została spełniona przesłanka warunkująca uznanie go za produkt zafałszowany. Dodała, że wino „Frizzante Bianco Frizzin” jest produktem o bardzo wysokiej jakości, a jego walory smakowe i cechy odpowiadają cechom wina „Prosecco”. Podkreśliła, że opis znajdujący się w karcie menu nie miał na celu wprowadzenia konsumentów w błąd, a jedynie sugestię, co do cech oferowanego wina, tj. że jest to białe wino musujące. W świetle powyższego, strona stwierdziła, że brak było przesłanek do uznania przedmiotowego wina za produkt zafałszowany, a tym samym do przyjęcia, iż wprowadzenie tego produktu do obrotu wyczerpało znamiona czynu określonego w art. 40a ust. 1 pkt 4 tej ustawy.

Po uzupełnieniu braków formalnych odwołania, pismem z 18 marca 2016 r., Prezes UOKiK poinformował ustanowionego przez stronę pełnomocnika, że przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w niniejszej sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje, w myśl 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. 17 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 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. UE L 31 z 1.2.2002 s. 1 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (WE) nr 178/2002”, 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.

W świetle art. 8 ust. 1 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, podmiotem działającym na rynku spożywczym odpowiedzialnym za informację na temat żywności jest podmiot, pod którego nazwą lub firmą jest wprowadzany na rynek dany środek spożywczy lub – jeżeli ten podmiot nie prowadzi działalności w Unii Europejskiej – importer danego środka na rynek Unii Europejskiej. Jak wynika z tego artykułu, podmiot działający na rynku spożywczym odpowiedzialny za informację na temat żywności zapewnia obecność i rzetelność informacji na temat żywności zgodnie z mającym zastosowanie prawem dotyczącym informacji na temat żywności oraz z wymogami odpowiednich przepisów krajowych (ust. 2), a bez uszczerbku dla tego przepisu, podmioty działające na rynku spożywczym zapewniają przestrzeganie w przedsiębiorstwach pozostających pod ich kontrolą wymogów prawa dotyczącego informacji na temat żywności i odpowiednich przepisów krajowych mających znaczenie dla ich działalności i upewniają się, że wymogi te są spełnione (ust. 5).

Stosownie do 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. Pojęcie jakości handlowej zostało zdefiniowane w art. 3 pkt 5 tej ustawy, jako cechy artykułu rolno-spożywczego dotyczące jego właściwości organoleptycznych, fizyko-chemicznych i mikrobiologicznych w zakresie technologii produkcji, wielkości lub masy oraz wymagania wynikające ze sposobu produkcji, opakowania, prezentacji i oznakowania, nieobjęte wymaganiami sanitarnymi, weterynaryjnymi lub fitosanitarnymi.

Obowiązujące w zakresie obrotu żywnością regulacje prawne, w tym rozporządzenie (WE) nr 178/2002, tworzą podstawy do zapewnienia wysokiego poziomu ochrony zdrowia i życia ludzi oraz ochrony interesów konsumentów. Rozporządzenie to stanowi w art. 8 ust. 1, że prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów świadomego wyboru związanego ze spożywaną przez nich żywnością, a w art. 16 odnosząc się do etykietowania, reklamy i prezentacji

żywności lub pasz, że informacje udostępnione na ich temat w jakikolwiek sposób nie mogą wprowadzać konsumentów w błąd.

Zgodnie z art. 7 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać konsumenta finalnego w błąd, w szczególności: co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności, co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji (ust. 1 lit. a), oraz przez sugerowanie poprzez wygląd, opis lub prezentacje graficzne, że chodzi o określony środek spożywczy lub składnik, mimo że w rzeczywistości komponent lub składnik naturalnie obecny lub zwykle stosowany w danym środku spożywczym został zastąpiony innym komponentem lub innym składnikiem (ust. 1 lit. d), a także informacje te muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia dla konsumenta (ust. 2).

Wymagania dotyczące podawania nazwy produktu i wykazu składników w miejscu sprzedaży produktów oferowanych bez opakowań lub pakowanych przy sprzedaży (w tym także produktów wytwarzanych i oferowanych do sprzedaży w lokalach gastronomicznych) zostały określone w § 19 ust. 1 pkt 1 i 3 oraz ust. 2 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych (Dz. U. z 2015 r. poz. 29), zwanego dalej „rozporządzeniem w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych”. Jak wynika z tych przepisów, nazwę środka spożywczego podaje się w sposób określony w art. 17 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, a wykaz składników – zgodnie z art. 18-20 tego rozporządzenia, a więc m.in. poprzez oznaczanie składników ich szczegółowymi nazwami, o ile mają one zastosowanie, zgodnie z zasadami określonymi w art. 17 i w załączniku VI (art. 18 ust. 2).

W myśl art. 17 ust. 1 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, nazwa środka spożywczego jest to nazwa przewidziana w przepisach (tj. w przepisach unijnych, a przy ich braku – w przepisach krajowych, stosownie do art. 2 ust. 2 lit. n).

Nazwa wina „Prosecco” została zarejestrowana i objęta ochroną jako chroniona nazwa pochodzenia (ChNP) na podstawie art. 118s ust. 1 rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 z dnia 22 października 2007 r. ustanawiającego wspólną organizację rynków rolnych oraz przepisy szczegółowe dotyczące niektórych produktów rolnych („rozporządzenia o jednolitej wspólnej organizacji rynku”) (Dz. U. UE L 299 z 16.11.2007 s. 1 z późn. zm.) – nr rejestracji w elektronicznej bazie danych „E-Bacchus”: PDO-IT-A0516 – a obecnie chroniona jest na podstawie art. 107 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego wspólną organizację rynków produktów rolnych oraz uchylającego rozporządzenia Rady (EWG) nr 922/72, (EWG) nr 234/79, (WE) nr 1037/2001 i (WE) nr 234/2007 (Dz. U. UE L 347 z 20.12.2013 s. 671 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (UE) nr 1308/2013”, na warunkach określonych w art. 103 tego rozporządzenia. Przepis ten stanowi w ust. 1, że chroniona nazwa pochodzenia może być stosowana przez wszelkie podmioty gospodarcze wprowadzające do obrotu wino, które zostało wyprodukowane zgodnie z odpowiednią specyfikacją produktu, a w ust. 2 lit. a), że chroniona nazwa pochodzenia oraz wino, w odniesieniu do którego chronione oznaczenie jest stosowane zgodnie ze specyfikacją produktu, są chronione przed wszelkim bezpośrednim lub

niebezpośrednim wykorzystaniem tej chronionej nazwy w celach handlowych: w odniesieniu do porównywalnych produktów niezgodnych ze specyfikacją produktu objętego chronioną nazwą lub w zakresie, w jakim takie zastosowanie wykorzystuje reputację tej nazwy. Dla wina „Prosecco” specyfikacja produktu znajduje się we włoskim dekreście z dnia 17 lipca 2009 r., opublikowanym we włoskim dzienniku urzędowym „Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana” nr 173 z dnia 28 lipca 2009 r., z którego wynika, że wino to może być oferowane wyłącznie w tradycyjnych butelkach szklanych opatrzonych odpowiednimi etykietami [podkreślenie Prezesa UOKiK].

Artykuł rolno-spożywczy zafałszowany, jak wynika z art. 3 pkt 10 ustawy o jakości handlowej, to produkt, którego skład jest niezgodny z przepisami dotyczącymi jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych, albo produkt, w którym zostały wprowadzone zmiany, w tym zmiany dotyczące oznakowania, mające na celu ukrycie jego rzeczywistego składu lub innych właściwości, jeżeli niezgodności te lub zmiany w istotny sposób naruszają interesy konsumentów finalnych, w szczególności jeżeli:

- dokonano zabiegów, które zmieniły lub ukryły jego rzeczywisty skład lub nadały mu wygląd produktu zgodnego z przepisami dotyczącymi jakości handlowej (lit. a);
- w oznakowaniu podano nazwę niezgodną z przepisami dotyczącymi jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych albo niezgodną z prawdą (lit. b);
- w oznakowaniu podano niezgodne z prawdą dane w zakresie składu, pochodzenia, terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości, zawartości netto lub klasy jakości handlowej (lit. c).

Każdy, kto wprowadza do obrotu artykuły rolno-spożywcze zafałszowane, w świetle art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, podlega karze pieniężnej w wysokości nie wyższej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, nie niższej jednak niż 1 000 zł.

Ustalając wysokość kary pieniężnej, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej, na mocy art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej, uwzględnia: stopień szkodliwości czynu, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów oraz przychodu, a także wartość kontrolowanych artykułów rolno-spożywczych.

W niniejszej sprawie, na podstawie wyników kontroli przeprowadzonej w lokalu gastronomicznym należącym do przedsiębiorcy „Food Love” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu przez inspektorów reprezentujących Dolnośląskiego WIIH stwierdzono, że wprowadzone do obrotu przedmiotowe wino posiadało cechy zafałszowania, w rozumieniu art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy o jakości handlowej, z uwagi na podanie w jego oznakowaniu, tj. cenniku, nazwy produktu niezgodnej z prawdą, tj. wino „Frizzante Bianco Frizzin” oferowano jako wyrób pod nazwą „Prosto z beczki Prosecco” oraz jako składnik aperitifów występujący pod nazwą „Prosecco”, z bezprawnym wykorzystaniem chronionej nazwy pochodzenia „Prosecco”, wprowadzającej konsumentów w błąd co do właściwości produktu, a zwłaszcza co do jego charakteru i tożsamości – co w ocenie organu pierwszej instancji nosiło znamiona

czynu określonego w art. 40a ust. 1 pkt 4 tej ustawy oraz skutkowało wymierzeniem stronie kary pieniężnej w minimalnej wysokości 1 000 zł.

Jak wynika z art. 40a ust. 4 ustawy o jakości handlowej, kary pieniężne, o których mowa w ust. 1-3 tego artykułu, wymierza w drodze decyzji, właściwy ze względu na miejsce przeprowadzania kontroli wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej.

Tym samym, Dolnośląski WIIH w drodze decyzji z dnia 28 grudnia 2015 r. wymierzył powyższą karę pieniężną „Food Love” Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, tj. przedsiębiorcy, który wprowadził do obrotu przedmiotowe wino.

Odwołując się od wydanej decyzji, strona podniosła zarzut niezgodności z prawem. Jej zdaniem, organ pierwszej instancji dopuścił się naruszenia przepisu prawa materialnego, tj. art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy o jakości handlowej, poprzez jego niewłaściwe zastosowanie na skutek uznania, że wprowadzona przez stronę do obrotu jedna porcja wina „Frizzante Bianco Frizzin” opisanego w karcie menu jako „Prosto z beczki Prosecco”, była produktem zafałszowanym, podczas gdy stwierdzone w odniesieniu do tego produktu niezgodności lub zmiany nie naruszały interesów konsumentów w sposób istotny, a więc nie została spełniona przesłanka warunkująca uznanie go za produkt zafałszowany. Dodała, że wino „Frizzante Bianco Frizzin” jest produktem o bardzo wysokiej jakości, a jego walory smakowe i cechy odpowiadają cechom wina „Prosecco”. Podkreśliła, że opis znajdujący się w karcie menu nie miał na celu wprowadzenia konsumentów w błąd, a jedynie sugestię, co do cech oferowanego wina, tj. że jest to białe wino musujące. W świetle powyższego, strona stwierdziła, że brak było przesłanek do uznania przedmiotowego wina za produkt zafałszowany, a tym samym do przyjęcia, iż wprowadzenie tego produktu do obrotu wyczerpało znamiona czynu określonego w art. 40a ust. 1 pkt 4 tej ustawy.

Odnosząc się do powyższego, należy zauważyć, że zaskarżoną decyzję wydano na podstawie ustaleń kontroli udokumentowanych w protokole kontroli z 30 kwietnia 2015 r., w tym w: załącznikach nr 1, 2 i 4 do tego protokołu, stanowiących odpowiednio wyjaśnienia kelnerki i kierownika sali z 16 kwietnia 2015 r. i wyjaśnienia kontrolowanego z 22 kwietnia 2015 r., a także dołączonych do niego dokumentach, tj. fakturze VAT nr F/001027/15 z 13 kwietnia 2015 r., kserokopii cennika przed i po zmianie deklaracji oraz wydruków zdjęć przedstawiających etykietę wina „Frizzante Bianco Frizzin”. Dokumenty te wskazywały jednoznacznie, że w oznakowaniu, tj. cenniku, podano nazwę produktu niezgodną z prawdą, tj. wino „Frizzante Bianco Frizzin” oferowano jako wyrób pod nazwą „Prosto z beczki Prosecco” oraz jako składnik aperitifów występujący pod nazwą „Prosecco”, z bezprawnym wykorzystaniem chronionej nazwy pochodzenia „Prosecco”. Jak wynika z protokołu kontroli, w ofercie sprzedaży zawartej w cenniku znajdował się wyrób zadeklarowany jako „Prosto z beczki Prosecco” i jeden rodzaj aperitifów zadeklarowanego jako „SPRITZ” zawierającego w składzie m.in. „Prosecco”. W dniu kontroli, występując w charakterze konsumentów inspektorzy zamówili dwie porcje wyrobu zadeklarowanego jako „Prosto z beczki Prosecco”. Zakup został zarejestrowany na paragonie z kasy fiskalnej jako „Prosecco Kieliszek”. Po

wydaniu wina, w toku dalszych czynności kontrolnych dokonano identyfikacji surowca przeznaczonego do wydawania konsumentom. Na podstawie wyjaśnień kelnerki i kierownika sali z 16 kwietnia 2015 r. oraz wyjaśnień kontrolowanego z 22 kwietnia 2015 r. ustalono, że do konsumpcji zamiast wina „Prosecco” wydano wino „Frizzante Bianco Frizzin”. Ponadto, w lokalu nie stwierdzono butelek z winem „Prosecco”, tylko jedno plastikowe opakowanie typu keg o pojemności 20 l, podłączone do dystrybutora, na którym naklejona była etykieta z oznaczeniem: „SANMARTINO AZ. VINICOLA – VISNA TV MADE IN ITALY”, a na nakrętce z tego kega znajdowała się naklejka m.in. z nazwą produktu: VINO FRIZZANTE BIANCO „FRIZZIN”. Wino to zostało zakupione w hurtowni za kwotę 384,44 zł, na podstawie faktury VAT nr F/001027/15 z 13 kwietnia 2015 r., gdzie w pozycji nr 1 zostało opisane jako „San Martino Key Keg Frizzin 20 l”. Z wyjaśnień kontrolowanego wynika, że nazwa „Prosecco” została użyta omyłkowo i po stwierdzeniu nieprawidłowości w wyniku kontroli została niezwłocznie usunięta z karty menu i opisu fiskalnego.

Należy podkreślić, że obowiązujące regulacje wprost definiują pojęcie artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego. W przytoczonej powyżej treści art. 3 pkt 10 ustawy o jakości handlowej podano przykładowe wyliczenie okoliczności warunkujących uznanie artykułu rolno-spożywczego za zafałszowany, naruszającego interesy konsumentów w sposób istotny, co w konsekwencji wpływa na zakres odpowiedzialności podmiotu wprowadzającego dany produkt do obrotu. W szczególności zafałszowanie może polegać na podaniu w oznakowaniu, tj. cenniku, nazwy produktu niezgodnej z prawdą – w niniejszej sprawie z deklaracją zawartą na etykiecie opakowania typu keg.

Zdaniem Prezesa UOKiK, dyspozycja art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy o jakości handlowej została spełniona w niniejszej sprawie i wprowadzenie do obrotu przez stronę jednej ww. partii wina „Frizzante Bianco Frizzin” pod nazwą „Prosecco”, wprowadzało konsumentów w błąd, co do charakteru i tożsamości produktu oraz w sposób istotny naruszało ich interesy, gdyż otrzymywali oni inny produkt niż wskazywała na to deklaracja zawarta w cenniku, a więc pozbawieni byli oni także możliwości dokonania świadomego wyboru produktu. Jak już wskazano, nazwa wina „Prosecco” została zarejestrowana i objęta ochroną na poziomie Unii Europejskiej jako chroniona nazwa pochodzenia (ChNP) i jest ona zarezerwowana dla wina spełniającego wymagania określone w specyfikacji produktu, w tym m.in. wino to może być oferowane wyłącznie w tradycyjnych butelkach szklanych opatrzonych odpowiednimi etykietami. Nazwa ta, jak wynika z art. 103 ust. 1 i ust. 2 lit. a) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, może być stosowana przez wszelkie podmioty gospodarcze wprowadzające do obrotu wino, które zostało wytworzone zgodnie z odpowiednią specyfikacją produktu i jest chroniona przed wszelkim bezpośrednim lub niebezpośrednim wykorzystaniem w celach handlowych: w odniesieniu do porównywalnych produktów niezgodnych ze specyfikacją produktu objętego chronioną nazwą lub w zakresie, w jakim takie zastosowanie wykorzystuje reputację tej nazwy. Należy wskazać, że deklarowanie w cenniku wina „Prosecco” nadawało oferowanym wyrobom inne cechy jakościowe niż w przypadku stosowania wina „Frizzante Bianco Frizzin”, a przy tym stanowiło zachętę do ich zakupu. Oczywistym jest bowiem, że wyobrażenie konsumenta o wyrobach podawanych na bazie produktu o znanej renomie ma



znaczenie przy dokonywaniu wyboru produktu. Nie można zatem zgodzić się z twierdzeniem strony, że opis znajdujący się w karcie menu nie miał na celu wprowadzenia konsumentów w błąd, a jedynie sugestią, co do cech oferowanego wina, tj. że jest to białe wino musujące.

Wobec powyższego, należy stwierdzić, że ustalenia poczynione przez organ pierwszej instancji w toku kontroli, stanowiące podstawę do zakwestionowania jednej ww. partii wina „Frizzante Bianco Frizzin”, wprowadzonej do obrotu pod nazwą „Prosecco” o ustalonej renomie, odpowiadają prawdzie. Ustalenia te nie pozostawiają wątpliwości, że przedmiotowe wino było zafałszowane, w rozumieniu art. 3 pkt 10 lit. b) ustawy o jakości handlowej, oraz że strona posiadała je w celach sprzedaży, a więc wprowadziła do obrotu, w rozumieniu art. 3 pkt 8 rozporządzenia (WE) nr 178/2002 (przywołanego w art. 3 pkt 4 tej ustawy). Zatem, ustalenia te stanowiły podstawę do wymierzenia stronie kary pieniężnej w oparciu o art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, zgodnie z którym karze pieniężnej określonej w tym przepisie podlega każdy, kto wprowadza do obrotu produkty zafałszowane.

Należy zaznaczyć, że przepis art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej jest wyrazem odpowiedzialności administracyjnej, która ma charakter obiektywny, a przesłanką jej przyjęcia jest tylko fakt wprowadzenia do obrotu produktów zafałszowanych. Zatem samo stwierdzenie – udowodnienie tego faktu jest przesłanką wystarczającą do nałożenia stosownej kary, która jest karą administracyjną. Bez znaczenia pozostaje – wbrew przekonaniu strony – czy stwierdzona nieprawidłowość powstała w wyniku celowego działania danego podmiotu, czy też nie, gdyż nie jest to przesłanką do odstąpienia od wymierzenia kary w ogóle (por. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 17 października 2011 r. sygn. akt VI SA/Wa 1371/11).

Należy podkreślić, że strona jako profesjonalista na rynku miała obowiązek znać i stosować przepisy związane z wykonywaną przez nią działalnością. Jak prawidłowo ustalił organ pierwszej instancji, zakwestionowane wino było oferowane do sprzedaży w lokalu gastronomicznym należącym do strony i zostało zakupione w plastikowym opakowaniu typu keg o pojemności 20 l, podłączonym do dystrybutora, na którym naklejona była etykieta z oznaczeniem: „SANMARTINO AZ. VINICOLA – VISNA TV MADE IN ITALY”, a na nakrętce z tego kega znajdowała się naklejka m.in. z nazwą produktu: VINO FRIZZANTE BIANCO „FRIZZIN”. Strona zatem świadomie podała nazwę produktu niezgodną z prawdą. Deklaracja producenta na etykiecie opakowania typu keg wskazywała wyraźnie, że zakupiony produkt to wino „Frizzante Bianco Frizzin”, a nie wino „Prosecco”. O tym, że nie było to wino „Prosecco” świadczył również rodzaj opakowania, w jakim zostało zakupione, tym bardziej, że specyfikacja produktu przewiduje, iż wino to może być oferowane wyłącznie w tradycyjnych butelkach szklanych opatrzonych odpowiednimi etykietami. Dodać należy, że obowiązek zapewnienia prawidłowego oznakowania przedmiotowego wina spoczywał wyłącznie na stronie. Wyjaśnienia strony z 22 kwietnia 2015 r., z których wynika, że nie zwracała ona uwagi na oznakowanie kegow, poprzestając jedynie na ustnych zapewnieniach dostawcy (hurtownika), iż zakupiony produkt to wino „Prosecco”, potwierdzają, że strona nie przestrzegała obowiązku wynikającego z art. 8 ust. 2 i 5 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011,

dotyczącego zapewnienia rzetelności informacji na temat oferowanej konsumentom żywności i upewnienia się, że prawo żywnościowe jest przestrzegane.

Ze zgromadzonego w niniejszej sprawie materiału dowodowego wynika, że ustalając wysokość kary pieniężnej, o której mowa w art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, organ pierwszej instancji uwzględnił wszystkie kryteria określone w art. 40a ust. 5 tej ustawy, co znajduje swoje odzwierciedlenie w uzasadnieniu do zaskarżonej decyzji. Należy zwrócić uwagę, że stronie wymierzono karę pieniężną w wysokości 1 000 zł, podczas gdy organ pierwszej instancji był uprawniony do wymierzenia tej kary w wysokości od 1 000 zł do [...] zł, gdzie górna jej granica stanowi 10 % przychodu strony za rok 2014.

W świetle art. 17 ust. 2 rozporządzenia (WE) nr 178/2002, kary za naruszenie prawa żywnościowego powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

Zdaniem Prezesa UOKiK, wymierzona stronie kara będzie właściwa do osiągnięcia zakładanego celu, jakim jest zapewnienie, aby w sprzedaży były dostępne wyłącznie produkty odpowiadające jakości handlowej (w tym bez cech zafałszowania), a także będzie najmniej uciążliwa z możliwych dostępnych środków. Ponadto, spełni ona swoją funkcję prewencyjną, skłaniając stronę do przestrzegania przepisów o jakości handlowej, przede wszystkim z uwagi na wykazane powyżej niedopełnienie należytej staranności w zakresie zapewnienia rzetelnej informacji o produkcie.

Podsumowując powyższe, należy stwierdzić, że w przedstawionym stanie faktycznym, wymierzenie stronie kary pieniężnej, o której mowa w art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, a także ustalenie jej wysokości, należy uznać za prawidłowe i zgodne z prawem.

Tym samym, zawarty w odwołaniu wniosek strony o uchylenie zaskarżonej decyzji, należy uznać za niezasadny, zarówno w świetle ustaleń kontroli, na podstawie których organ pierwszej instancji oparł podjęte rozstrzygnięcie, jak i obowiązujących przepisów prawa dotyczących wymierzania kar na gruncie ustawy o jakości handlowej.

Stosownie do 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 we Wrocławiu w terminie 30 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary pieniężnej stanie się ostateczna.

Prezes UOKiK, stosownie do art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej. Wobec powyższego, w myśl art. 127 § 2 Kpa w związku z art. 1 ust. 3 ustawy o Inspekcji Handlowej, Prezes UOKiK jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 1 Kpa, organ odwoławczy posiada kompetencje do wydania decyzji, w której utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes UOKiK 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 do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, którą wnosi się w terminie 30 dni od dnia doręczenia niniejszej 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 (Dz. U. z 2015 r. poz. 613 z późn. zm.).

Z up. PREZESA  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
ZASTĘPCA DYREKTORA  
Departamentu Inspekcji Handlowej  
Dariusz Łomowski