



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
**CEZARY BANASIŃSKI**

L.dz. DDK1-61-29/05/IW/HW

Warszawa, dn. 5 marca 2007 r.

**DECYZJA Nr DDK 10/2007**

Na podstawie art. 23 c ust. 1 *ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080; Dz.U. z 2006 r. Nr 157, poz. 1119 i Nr 170, poz. 1217), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje**, że działania Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej Radomsko z siedzibą w Radomsku, **polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez:**

- 1) **nieoznaczanie nazwy handlowej produktu „Extra Mazurskie” w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby informacje te były łatwo dostrzegalne i wyraźnie czytelne**, co narusza art. 3 ust. 5 *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94 z dnia 5 grudnia 1994 r. określającego normy dla tłuszczów do smarowania* (Dz.U. UE-sp. 03-17-15), art. 6 ust. 2 w zw. z art. 6 ust. 4 *ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych* (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r., Nr 187, poz. 1577 z późn. zm.) oraz art. 48 ust 1 *ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia* (Dz.U. Nr 171, poz. 1225);
- 2) **używanie etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt „Extra Mazurskie” jest przetworem mlecznym** poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem, co narusza art. 3 ust. 2 w zw. z art. 2 ust. 2 *Rozporządzenia Komisji (EWG) NR 1898/87 z dnia 2 lipca 1987 r. w sprawie ochrony oznaczeń stosowanych w obrocie mlekiem i przetworami mlecznymi* (Dz.U. UE-sp. 03-7-247), art. 6 ust. 5 w zw. z art. 6 ust. 4 *ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych* oraz art. 46 ust. 2 w zw. z art. 46 ust. 1 *ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia*,

**stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów o której mowa w art. 23a ust. 2 w związku z art. 23a ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* i nakazuje zaniechanie ich stosowania.**

## UZASADNIENIE

Dnia 27 kwietnia 2005 r. na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 23a *ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080; Dz.U. z 2006 r. Nr 157, poz. 1119 i Nr 170, poz. 1217), dalej zwanej „*uokik*”, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej określany jako Prezes Urzędu, działając z urzędu, wszczął wobec Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej Radomsko z siedzibą w Radomsku, dalej określanej jako Strona postępowania, postępowanie o stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- wprowadzającym w błąd oznakowaniu tłuszczowych substancji do smarowania pod nazwą „Ekstra Mazurskie” poprzez użycie w nazwie wyrażenia „*mieszanina masła i tłuszczu roślinnego*”,
- nieumieszczeniu nazwy rodzajowej w sposób widoczny dla konsumenta i dostrzegalny,

które mogły stanowić nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę, oraz spełniać przesłanki godzących w zbiorowe interesy konsumentów czynów nieuczciwej konkurencji, zdefiniowanych w art. 3 ust. 1, art. 10 ust. 1 *ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.).

Podstawę wszczęcia niniejszego postępowania stanowiły wyniki kontroli przeprowadzonych w dniach 1 i 3 lutego 2005 r. oraz w dniach 10-11 i 15 marca 2005 r. przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Szczecinie, odpowiednio w sklepach spożywczych „Pod Jaworem” z siedzibą w Szczecinie oraz SOLL Sp. z o.o. z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim. Z materiałów przekazanych przy pismach Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Szczecinie z dnia 16 marca 2005 r. (sygn.: WKŻ-Ps-42-23/2005) oraz z dnia 26 kwietnia 2005 r. (sygn.: WKŻ-Wr-42-64/2005) wynikało, iż w sprzedaży tych placówek znajdował się produkt Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej Radomsko z siedzibą w Radomsku o nazwie „*Extra Mazurskie*”, który zdaniem Inspekcji Handlowej był oznakowany w sposób wprowadzający konsumentów w błąd poprzez niewidoczność nazwy rodzajowej środka spożywczego. Podano jedynie nazwę fantazyjną („*Extra Mazurskie*”), rozszerzoną o napis „*masło z dodatkiem oleju słonecznikowego*”. Ponadto w opinii Inspekcji Handlowej, użycie w oznakowaniu produktu „*Extra Mazurskie*” określenia „*masło*” (w wyrażeniu „*masło z dodatkiem oleju słonecznikowego*”), wprowadzało konsumentów w błąd, co do tożsamości tego artykułu, w tym jego rodzaju.

W piśmie z dnia 16 maja 2005 r., Strona postępowania przedstawiła swoje stanowisko odnośnie zarzutów zawartych w postanowieniu z dnia 27 kwietnia 2005 r. o wszczęciu postępowania. Strona postępowania sprostowała, że wykorzystywany przez nią zwrot uzupełniający nazwę fantazyjną produktu „*Extra Mazurskie*”, nie ma brzmienia „*mieszanina masła i tłuszczu roślinnego*” lecz „*masło z dodatkiem oleju słonecznikowego*”.

W opinii Strony postępowania przedmiotowy produkt powstaje ze śmietanki, masła ekstra i oleju słonecznikowego. Z uwagi na fakt, iż masło wytwarza się ze śmietany, produkt „*Extra Mazurskie*” jest *de facto* masłem (41,5% masy produktu) z dodatkiem oleju słonecznikowego (13,5% masy produktu). Zdaniem Strony postępowania takie oznakowanie nie wprowadzało konsumentów w błąd.

Strona postępowania podniosła również, że w treści zezwolenia Głównego Inspektora Sanitarnego z dnia 4 września 2001 r. na produkcję i wprowadzanie do obrotu przez Okręgową Spółdzielnię Mleczarską w Radomsku mieszaniny masła i oleju o zawartości

tłuszczu 55% (GIS-HŻ-4434-Imp.Tł.-11/MR/01), organ ten kilkakrotnie używa określenia „*mieszanina masła i oleju*”.

Odnośząc się do kwestii drugiego zarzutu zawartego w postanowieniu z dnia 27 kwietnia 2005 r. (nieumieszczenie nazwy rodzajowej w sposób widoczny dla konsumenta i dostrzegalny), Strona postępowania poinformowała, że postanowiła uzupełnić informacje o produkcie o zwrot: „*miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego, zawartość tłuszczu ogółem 55%*”. Powyższe deklaracje znalazły potwierdzenie w treści etykiety produktu „*Extra Mazurskie*” przekazanej przez Stronę postępowania w dniu 14 września 2005 r. Ponadto stwierdzono, że w treści przedmiotowej etykiety wyrażenie „*masło z dodatkiem oleju słonecznikowego*” zastąpiono wyrażeniem „*połączenie świeżego masła i oleju ze słonecznika*”.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – *Kodeks postępowania administracyjnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), dalej zwanej „*kpa*”, w związku z art. 80 *uokik*, pismem z dnia 5 września 2005 r. Strona postępowania została poinformowana o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań przed wydaniem decyzji.

Strona postępowania skorzystała z prawa do zapoznania się z całością akt sprawy w dniu 14 września 2005 r., z czego został sporządzony protokół.

Dodatkowo w piśmie z dnia 8 czerwca 2006 r. Strona postępowania poinformowała, że napis o treści „*połączenie świeżego masła i oleju ze słonecznika*” nie narusza obowiązujących przepisów. Określenie „*masło*” zostało bowiem użyte nie jako nazwa, ale jako opis charakterystycznych cech produktu. Zwrot „*połączenie świeżego masła i oleju ze słonecznika*” jest prawdziwy i informuje o podstawowym składzie produktu i jego charakterze. W opinii Strony postępowania użycie wynikającego z bezwzględnie obowiązujących przepisów zwrotu „*miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego*” niewiele mówi przeciętnemu konsumentowi, stąd próba uzupełnienia go o dodatkowe informacje („*połączenie świeżego masła i oleju ze słonecznika*”).

W związku z koniecznością przeformułowania zarzutów postawionych uprzednio Stronie postępowania w postanowieniu o wszczęciu postępowania, Prezes Urzędu na podstawie art. 123 *kpa* w związku z art. 80 *uokik* postanowił (postanowienie z dnia 22 maja 2006 r.) w całości zmienić swoje postanowienie z dnia 27 kwietnia 2005 r. o wszczęciu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Okręgową Spółdzielnię Mleczarską Radomsko z siedzibą w Radomsku w ten sposób, że przedmiotowe postępowanie toczyło się **w sprawie podejrzenia stosowania przez Okręgową Spółdzielnię Mleczarską Radomsko z siedzibą w Radomsku przy ul. Jagiellońskiej 4, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a ust. 2 w związku z art. 23a ust. 1 *uokik*, polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, poprzez:**

- 1) **nieoznaczanie nazwy handlowej produktu „*Extra Mazurskie*” w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby informacje te były łatwo dostrzegalne i wyraźnie czytelne;**
- 2) **używanie etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt „*Extra Mazurskie*” jest przetworem mlecznym poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem.**

Zawiadomienie o zmianie postanowienia z dnia 27 kwietnia 2006 r. o wszczęciu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Okręgową Spółdzielnię Mleczarską Radomsko z siedzibą w Radomsku doręczono Stronie postępowania dnia 17 lipca 2006 r.

Swoje stanowisko odnośnie zarzutów zawartych w postanowieniu z dnia 10 lipca 2006 r. Strona postępowania przedstawiła w piśmie z dnia 28 lipca 2006 r., w którym poinformowała, że zarzut nieoznaczenia nazwy handlowej produktu „*Extra Mazurskie*” w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby informacje te były łatwo dostrzegalne i wyraźnie czytelne, uważa za bezzasadny. W opinii Strony postępowania przedmiotowe opakowanie (ze względu na wielkość czcionki, jaką zastosowano do uwidocznienia wyrażenia „*miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego zawartość tłuszczu ogółem 55%*”, a także z uwagi na fakt, iż zostało ono umieszczone na ścianie niezawierającej poza znakiem towarowym żadnych innych informacji) spełnia wszystkie wymagania określone w art. 3 ust. 5 *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94 z dnia 5 grudnia 1994 r. określającego normy dla tłuszczów do smarowania* (Dz.U. UE-sp. 03-17-15), zwanego dalej „*Rozporządzeniem Rady (WE) NR 2991/94*”. Strona postępowania zwróciła uwagę, że przepisy *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*, nie nakładają na producentów obowiązku umieszczania nazwy handlowej produktu na przedniej ścianie opakowania.

Strona postępowania zwróciła uwagę, że na przedniej ścianie opakowania produktu „*Extra Mazurskie*” znajduje się czytelna informacja, jednoznacznie wskazująca, że produkt ten nie jest masłem („*Extra Mazurskie Połączenie Masła i Oleju Słonecznikowego*”).

Strona postępowania poinformowała również, że nazwa „*Extra Mazurskie*”, jest zarejestrowanym znakiem towarowym, cieszącym się renomą, co w opinii Strony postępowania wyklucza możliwość dostosowania jej brzmienia do wymogów „*obowiązującego od niedawna w polskim porządku prawnym Rozporządzenia*” (Rady (WE) NR 2991/94).

O bezpodstawności zarzutów Prezesa Urzędu świadczy, w opinii Strony postępowania, również wykorzystanie na etykiecie produktu „*Extra Mazurskie*” zwrotu „*skład miks tłuszczowego*”.

Ponadto, zdaniem Strony postępowania, „*Wywody Prezesa, zwracające uwagę, iż spośród nazw wymienionych w załączniku (do Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94) tylko masło jest rodzaju nijakiego należy uznać za wyłącznie teoretyczne rozważania, pozbawione jakiegokolwiek odzwierciedlenia w rzeczywistości*”. Dodatkowo, w opinii Strony postępowania, na rynku polskim ukształtowała się – czytelna dla konsumentów - praktyka oznaczania produktów będących masłem nazwą „masło”, natomiast produktów o odmiennym charakterze – nazwą fantazyjną.

Strona postępowania wskazała również na okoliczność, że w jej opinii słowo „*połączenie*” jest wyrazem bliskoznacznym z wyrazem „*miks*”, co jej zdaniem dodatkowo wyklucza możliwość wprowadzenia potencjalnych nabywców w błąd.

Strona postępowania odrzuciła również zarzut dotyczący używania etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt „*Extra Mazurskie*” jest przetworem mlecznym poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem. Na etykiecie znalazły się informacje „*Extra Mazurskie Połączenie Masła i Oleju Słonecznikowego*” oraz „*Miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego*”, co ma świadczyć o tym, że produkt „*Extra Mazurskie*” nie pretenduje do bycia produktem mlecznym. Zdaniem Strony postępowania wszystkie podane na etykiecie produktu informacje są zgodne z rzeczywistością, nie może więc być w tym przypadku mowy o wprowadzaniu konsumenta w błąd.

Odnosząc się do zarzutów dotyczących treści strony internetowej [www.ascokrakow.pl](http://www.ascokrakow.pl) (strona ta należy do bezpośredniego dystrybutora produktu „Extra Mazurskie” – ASCO SA z siedzibą w Krakowie przy ul. Zamoyskiego 31, którego dane widnieją na każdej etykiecie produktu; w jej treści produkt ten wielokrotnie nazywany jest „masłem”), Strona postępowania zwróciła uwagę, że nie jest ona właścicielem przedmiotowej witryny, a więc nie ponosi odpowiedzialności za treści w niej zawarte. Tym niemniej Strona postępowania poinformowała, że zwróciła się do właściciela witryny z wnioskiem o dokonanie stosownych korekt sformułowań opisujących produkt „Extra Mazurskie”.

W swym kolejnym piśmie z dnia 30 sierpnia 2006 r., Strona postępowania przekazała trójwymiarowy model produktu „Extra Mazurskie” wraz ze zdjęciami ścianek etykiety, na których znajduje się napis „miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego, zawartość tłuszczu ogółem 55%”.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 *kpa* w związku z art. 80 *uokik*, pismem z dnia 11 września 2006 r. Strona postępowania została poinformowana o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań przed wydaniem decyzji.

Strona postępowania z prawa do zapoznania się z całością akt sprawy nie skorzystała.

### **W trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Strona postępowania prowadzi działalność gospodarczą polegającą między innymi na przetwórstwie mleka oraz sprzedaży detalicznej wyrobów mlecznych w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego – Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000144299.

Wyniki kontroli przeprowadzonych w dniach 1 i 3 lutego 2005 r. oraz w dniach 10-11 i 15 marca 2005 r. przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Szczecinie, odpowiednio w sklepach spożywczych „Pod Jaworem” z siedzibą w Szczecinie oraz SOLL Sp. z o.o. w Stargardzie Szczecińskim wykazały, iż w sprzedaży tych placówek znajdował się produkt Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej Radomsko z siedzibą w Radomsku o nazwie „Extra Mazurskie”, który zdaniem Inspekcji Handlowej był oznakowany w sposób wprowadzający konsumentów w błąd poprzez nieuwidocznienie nazwy rodzajowej środka spożywczego. Podano jedynie nazwę fantazyjną („Extra Mazurskie”), rozszerzoną o napis „masło z dodatkiem oleju słonecznikowego”. Ponadto w opinii Inspekcji Handlowej, użycie w oznakowaniu produktu „Extra Mazurskie” określenia „masło” (w wyrażeniu „**masło z dodatkiem oleju słonecznikowego**”), wprowadzało konsumentów w błąd, co do tożsamości tego artykułu, w tym jego rodzaju.

Po dokonanych w trakcie niniejszego postępowania modyfikacjach, zgodnie z zawartą na etykiecie informacją dotyczącą składu, przedmiotowy produkt zawierał m.in.: 55% tłuszczu, w tym tłuszcz mleczny 37% oraz tłuszcze roślinne 18%. Szata graficzna zmodyfikowanej etykiety przedstawia się następująco:

- folia aluminiowa w kolorze złotym laminowana pergaminem (masa netto 200g),
- wierzchnia strona:
  - w centrum wizerunek krowy; powyżej napis czcionką w kolorze niebieskim na białym tle – dużymi, drukowanymi literami „EXTRA MAZURSKIE®”; poniżej małymi literami (około 1/3 wysokości czcionki napisu „EXTRA MAZURSKIE®”) napis „połączenie świeżego masła i oleju ze słonecznika”; w lewym dolnym rogu okrągły znak: „ORYGINALNE OD 1994 EXTRA

MAZURSKIE”; w prawym dolnym rogu informacja o promocji, czerwony napis na żółtym tle: „maselniczka GRATIS”.

- ścianki boczne:
  - na jednej ze ścianek dłuższych wyszczególniony jest skład, drukowanymi literami napis „EXTRA MAZURSKIE®”, pod którym uwidoczniiony jest adres strony internetowej [www.extramazurskie.com.pl](http://www.extramazurskie.com.pl), dane dotyczące siedziby producenta oraz dystrybutora; na drugiej wskazane są zasady konkursu „maselniczka GRATIS” (czarna i czerwona czcionka na żółtym tle) oraz informacja, że regulamin promocji dostępny jest pod adresem [www.extramazurskie.com.pl](http://www.extramazurskie.com.pl) oraz w siedzibie firmy ASCO SA,
  - na ściankach krótszych drukowanymi literami napis „EXTRA MAZURSKIE®”
- spód: data przydatności, masa, drukowanymi literami napis „EXTRA MAZURSKIE®” a pod nim małymi literami informacja „miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego zawartość tłuszczu ogółem 55%”.

### **Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 23a ust. 1 *uokik* przesłankami zaistnienia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są:

- 1) działanie przedsiębiorcy
- 2) noszące znamiona bezprawności
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

#### **Ad 1**

Art. 4 pkt 1 *uokik* pojęcie przedsiębiorcy definiuje jako przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej*, a także:

- a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej,
- b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu,
- c) osobę fizyczną posiadającą akcje lub udziały zapewniające jej co najmniej 25 % głosów w organach co najmniej jednego przedsiębiorcy lub posiadającą kontrolę, w rozumieniu art. 4 pkt 13 *uokik*, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 12 *uokik*.

*Ustawa Prawo działalności gospodarczej* - zgodnie z art. 66 *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. - Przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej* (Dz.U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1808) - straciła moc z dniem wejścia w życie *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* (Dz.U. Nr 173, poz. 1807 z późn. zm.), dalej zwanej „*usdg*”. Przepis art. 86 ww. *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. - Przepisy wprowadzające ustawę o swobodzie działalności gospodarczej* podaje również, że ilekroć w obowiązujących przepisach jest mowa o przepisach *ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej*, należy przez to rozumieć właściwe przepisy *usdg*.

Art. 2 *usdg* definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i eksploatację zasobów

naturalnych, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Radomsku jest podmiotem wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego – Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000144299. Prowadzona działalność gospodarcza wykonywana jest w sposób zorganizowany i ciągły.

Wobec powyższego, należy stwierdzić, iż Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Radomsku jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 *uokik*.

## Ad 2

Bezprawność to sprzeczność zachowania z przepisami prawa. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, niezależnym od wystąpienia szkody czy od zamiaru podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepis art. 23a ust. 2 *uokik* zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Wśród praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wymienił naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Stronie postępowania postawiono dwa zarzuty dotyczące naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Dotyczyły one:

- 1) **nieoznaczania nazwy handlowej produktu „Extra Mazurskie” w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby informacje te były łatwo dostrzegalne i wyraźnie czytelne;**
- 2) **używania etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt „Extra Mazurskie” jest przetworem mlecznym poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem.**

**Nieoznaczanie nazwy handlowej produktu „Extra Mazurskie” w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby informacje te były łatwo dostrzegalne i wyraźnie czytelne,** w opinii Prezesa Urzędu uchybia obowiązkowi wynikającemu z art. 3 ust. 5 ww. *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*, a także art. 6 ust. 2 w zw. z art. 6 ust. 4 *ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych* (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r., Nr 187, poz. 1577 z późn. zm.), dalej zwanej „*ustawą o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych*” oraz art. 24 ust. 4 obowiązującej do dnia 28 października 2006 r. *ustawy z dnia 11 maja 2001 r. o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia* (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 31, poz. 265 z późn. zm.), dalej zwanej „*ustawą o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia*”, którego odpowiednikiem jest obecnie (od dnia 28 października 2006 r.) art. 48 ust 1 *ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia* (Dz.U. Nr 171, poz. 1225), dalej zwanej „*ustawą o bezpieczeństwie żywności i żywienia*”.

Zgodnie z treścią art. 3 ust. 5 ww. *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*, ustanowiona w Załączniku nazwa handlowa produktu (w przypadku produktu „Extra Mazurskie” jest to nazwa: „miks tłuszczowy 55%”) musi być łatwa do zrozumienia i **oznaczona w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby była łatwo dostrzegalna oraz wyraźnie czytelna**.

W związku z wielością obecnych na rynku typów tłuszczów do smarowania, w połączeniu z licznymi przypadkami braku cech wyróżniających opakowania poszczególnych produktów oraz dominującym sposobem ich prezentacji na półkach sklepowych, gdzie widoczne są wyłącznie „przednie” – największe, ścianki kostki, Prezes

Urzędu stoi na stanowisku, że podstawowa z punktu widzenia konsumenta informacja, jaką jest nazwa handlowa produktu, winna zostać umieszczona właśnie na tej ścianie, w sposób, który bezpośrednio umożliwia konsumentowi określenie typu tłuszczu do smarowania bez konieczności podnoszenia kostki z półki sklepowej. Odmienny sposób oznaczania nie będzie spełniał dyspozycji ww. przepisu, ponieważ stwarza realne zagrożenie wprowadzenia potencjalnego nabywcy w błąd, poprzez wywołanie u niego przeświadczenia, że nabywa produkt odmienny niż w rzeczywistości.

Taki sposób oznaczania jest również sprzeczny z przepisem art. 6 ust. 2 w zw. z art. 6 ust. 4 *ustawy o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych*, zgodnie z którym znakowanie artykułów rolno-spożywczych powinno być wykonane w języku polskim, **w sposób czytelny, zrozumiały i widoczny**, a w odniesieniu do artykułów rolno-spożywczych w opakowaniach jednostkowych - także w sposób nieusuwalny. Oznakowanie obejmuje wszelkie informacje w postaci wyrazów, opisu, znaku towarowego, firmy, elementów graficznych lub symboli odnoszące się do artykułów rolno-spożywczych, umieszczone na opakowaniu, w dokumencie, na ulotce, etykiecie, obwolucie albo zawieszce, które są dołączone do danego artykułu rolno-spożywczego, lub też go dotyczą.

Zgodnie natomiast z treścią art. 24 ust. 4 obowiązującej do dnia 28 października 2006 r. *ustawy o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia*, opakowania środków spożywczych musiały być znakowane w sposób zrozumiały dla konsumenta, **ich napisy musiały być wyraźne, czytelne i nieusuwalne, umieszczone w widocznym miejscu, a także nie mogły być w żaden sposób ukryte, zasłonięte lub przesłonięte innymi nadrukami czy obrazkami**. Analogiczny wymóg zawiera obowiązujący od dnia 28 października 2006 r. art. 48 ust. 1 *ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia* („Środki spożywcze muszą być oznakowane w sposób zrozumiały dla konsumenta, **napisy muszą być wyraźne, czytelne i nieusuwalne, umieszczone w widocznym miejscu, a także nie mogą być w żaden sposób ukryte, zasłonięte lub przesłonięte innymi nadrukami lub obrazkami**”)

Stosowany w przypadku produktu „*Extra Mazurskie*” sposób oznaczania nazwy handlowej (na tylnej części opakowania), należy uznać za niedopuszczalny również ze względu na użycie nazwy fantazyjnej („*Extra Mazurskie*”), której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu („*miks tłuszczowy tłuszczu mlecznego i roślinnego*”) i może wskazywać na to, że produkt jest masłem. **Przedmiotowa nazwa fantazyjna, posiadająca formę fleksyjną w rodzaju nijakim, wskazuje jednoznacznie na produkt, którego nazwę stanowi rzeczownik rodzaju nijakiego**. Spośród nazw handlowych wymienionych w Załączniku do *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94* (masło; tłuszcz mleczny do smarowania; margaryna; tłuszcz do smarowania; miks / mix tłuszczowy), tylko rzeczownik „masło” jest rodzaju nijakiego. Konsekwencją jest powstanie sytuacji, w której widoczna na głównej, wyeksponowanej na półce sklepowej stronie produktu nazwa fantazyjna „*Extra Mazurskie*”, implikuje u odbiorcy – konsumenta wrażenie, że ma on do czynienia z produktem: **masło „Extra Mazurskie”, a nie miks tłuszczowy „Extra Mazurskie”** - jak jest w rzeczywistości. Należy stwierdzić, że odmienna interpretacja, biorąc pod uwagę reguły gramatyki języka polskiego, byłaby błędna.

W opinii Prezesa Urzędu taki zabieg ze strony Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Radomsku ma właśnie na celu wywołanie mylnego wrażenia u konsumenta, co do tożsamości oferowanego produktu.

Odnosząc się do kwestii drugiego zarzutu postawionego Stronie postępowania, należy stwierdzić, że **używanie etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub**



sugeruje, że produkt „*Extra Mazurskie*” jest przetworem mlecznym poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem, co uchybia obowiązkowi wynikającemu z art. 3 ust. 2 w zw. z art. 2 ust. 2 *Rozporządzenia Komisji (EWG) NR 1898/87 z dnia 2 lipca 1987 r. w sprawie ochrony oznaczeń stosowanych w obrocie mlekiem i przetworami mlecznymi* (Dz.U. UE-sp. 03-7-247), zwanego dalej „*Rozporządzeniem Komisji (EWG) NR 1898/87*”, a także art. 6 ust. 5 w zw. z art. 6 ust. 4 *ustawy o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych* oraz art. 24 ust. 3 w zw. z art. 24 ust. 2 pkt 1 obowiązującej do dnia 28 października 2006 r. *ustawy o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia*, którego obecnym odpowiednikiem jest obecnie art. 46 ust. 2 w zw. z art. 46 ust. 1 obowiązującej od dnia 28 października 2006 r. *ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia*.

Zgodnie z treścią art. 2 ust. 2 *Rozporządzenia Komisji (EWG) NR 1898/87, w rozumieniu niniejszego rozporządzenia „przetwory mleczne” oznaczają produkty uzyskiwane wyłącznie z mleka, przez co należy rozumieć, że można do nich dodać substancje konieczne do ich wytwarzania, pod warunkiem że substancje te nie są używane do zastąpienia, w całości lub częściowo, jakichkolwiek naturalnych składników mleka.*

*W odniesieniu do produktów innych niż opisane w art. 2 Rozporządzenia Komisji (EWG) NR 1898/87, nie wolno używać żadnej etykiety, dokumentu handlowego, materiału reklamowego ani żadnej formy reklamy, określonej w art. 2 ust. 1 dyrektywy 84/450/EWG ani żadnej formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt ten jest przetworem mlecznym* (art. 3 ust. 2 *Rozporządzenia Komisji (EWG) NR 1898/87*).

Wrażenie, że przedmiotowy produkt („*Extra Mazurskie*”), mający w rzeczywistości charakter miks tłuszczowego, jest masłem, spowodowane jest wspomnianym powyżej użyciem na głównej, wyeksponowanej na półce sklepowej, nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu. Wrażenie to pogłębione jest obecnością wizerunku krowy.

Należy ponownie podkreślić, że **przedmiotowa nazwa fantazyjna, posiadająca formę fleksyjną w rodzaju nijakim, wskazuje jednoznacznie na produkt, którego nazwę stanowi rzeczownik rodzaju nijakiego**, bowiem jedynie rzeczownik „masło”, spośród nazw handlowych wymienionych w Załączniku do *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*, jest rodzaju nijakiego.

W efekcie widoczna na głównej, wyeksponowanej na półce sklepowej stronie produktu nazwa fantazyjna „*Extra Mazurskie*”, implikuje u odbiorcy – konsumenta wrażenie, że ma on do czynienia z produktem: **masło „Extra Mazurskie”, a nie miks tłuszczowy „Extra Mazurskie”** - jak jest w rzeczywistości, co w opinii Prezesa Urzędu - ma na celu wywołanie mylnego wrażenia u konsumenta, co do tożsamości oferowanego produktu.

Powyższą tezę, w opinii Prezesa Urzędu potwierdza zawartość strony internetowej należącej do współpracującego ze Stroną postępowania, dystrybutora produktu „*Extra mazurskie*”, przedsiębiorcy ASCO SA z siedzibą w Krakowie przy ul. Zamoyskiego 31: <http://www.ascokrakow.pl/extramazurskie/index.html>, poświęconej temuż produktowi, na której wielokrotnie nazywany jest on – niezgodnie z prawdą – masłem:

- na szczycie przedmiotowej strony znajduje się lista zakładek, w której pojawia się zakładka zatytułowana „*o naszym maśle*”, w całości poświęcona przedmiotowemu produktowi, który w rzeczywistości jest miksem tłuszczowym;
- w przypadku każdej z otwieranych zakładek strony <http://www.ascokrakow.pl/extramazurskie/index.html>, w jej dolnej części znajduje się odnosząca się do produktu „*Extra mazurskie*”, informacja o treści „**masło z dodatkiem oleju słonecznikowego**”;

- po otwarciu przedmiotowej zakładki („o naszym maśle”) <http://www.ascokrakow.pl/extramazurskie/naszemaslo.html>, pojawia się tekst dotyczący produktu „Extra mazurskie”, zatytułowany „**nasze masło**”, w którym użyto między innymi następujących określeń odnoszących się do przedmiotowego miksów tłuszczowego: „Extra Mazurskie, w odróżnieniu od większości miksów, jest **prawdziwym masłem**”, „**Masło** pochodzi z...”, „**nasze masło**”;
- po otwarciu zakładki „współpraca” znajdujemy w jej treści kolejne zwroty wskazujące na brak konsekwencji w definiowaniu nazwy handlowej produktu „Extra Mazurskie”: „**Masło Extra Mazurskie jest rynkowym liderem...**”, „**musisz mieć masło Extra Mazurskie**”.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że na jednej z dłuższych ścianek bocznych produktu „Extra Mazurskie” umieszczony jest napis „EXTRA MAZURSKIE®”, pod którym uwidoczniony jest adres strony internetowej [www.extramazurskie.com.pl](http://www.extramazurskie.com.pl). Na drugiej z dłuższych ścianek wskazane są zasady konkursu „maselniczka GRATIS” (czarna i czerwona czcionka na żółtym tle) oraz informacja, że regulamin promocji dostępny jest pod adresem [www.extramazurskie.com.pl](http://www.extramazurskie.com.pl) oraz w siedzibie firmy ASCO SA. Na przedmiotowej stronie znajduje się komunikat dystrybutora produktu „Extra Mazurskie” ASCO SA, z którego wynika, że produkt ten „nie zawiera żadnych tanich i utwardzonych tłuszczów roślinnych, margaryn ani chemicznych konserwantów”. Pod nim znajduje się natomiast informacja „przejdźcie na stronę [www.extramazurskie.com.pl](http://www.extramazurskie.com.pl) >>”, z której wynika, że po skorzystaniu z przedmiotowego linka będzie można uzyskać inne informacje na temat produktu „Extra Mazurskie”. Po wybraniu tejże opcji otwiera się strona [www.extramazurskie.com.pl/asco.htm](http://www.extramazurskie.com.pl/asco.htm), na której z kolei dostępne są linki do informacji dotyczących produktu „Extra Mazurskie” oraz produktu „Butterino”. Dokonanie wyboru linka do produktu „Extra Mazurskie” powoduje przekierowanie na stronę [www.ascokrakow.pl/extramazurskie](http://www.ascokrakow.pl/extramazurskie), na której znajdują się cytowane powyżej informacje wskazujące jednoznacznie, że produkt „Extra Mazurskie” jest masłem.

Należy stwierdzić, że konieczność stosowania wyróżniających opakowań poszczególnych tłuszczów do smarowania, uzasadniona jest wielością typów tego rodzaju produktów obecnych na rynku. W odmiennym przypadku zachodzi poważne ryzyko wprowadzenia potencjalnego nabywcy w błąd.

Należy również zwrócić uwagę, że zgodnie z treścią art. 24 ust. 3 w związku z art. 24 ust. 2 pkt 1 oraz art. 24 ust. 1 pkt 2 obowiązującej do dnia 28 października 2006 r. *ustawy o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia*, **prezentacja informacji, których podanie jest istotne ze względu na ochronę zdrowia lub życia człowieka, nie mogła wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie charakterystyki środka spożywczego, w szczególności odnośnie do jego rodzaju, właściwości, składu, ilości, źródła lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji**. Obecnie odpowiednikiem ww. regulacji jest art. 46 ust. 2 w zw. z art. 46 ust. oraz art. 49 ust. 1 obowiązującej od dnia 28 października 2006 r. *ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia*.

Ponadto zgodnie z treścią art. 6 ust. 5 *ustawy o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych*, **oznakowanie artykułu rolno-spożywczego nie może w szczególności wprowadzać w błąd konsumenta co do tożsamości tego artykułu, w tym jego rodzaju, właściwości, składu, ilości, trwałości, pochodzenia oraz sposobu produkcji**, lub sugerować, że artykuł ten posiada specjalne właściwości, jeżeli ich nie posiada lub jeżeli inne podobne artykuły rolno-spożywcze posiadają takie właściwości.

Oznakowanie obejmuje wszelkie informacje w postaci wyrazów, opisu, znaku towarowego, firmy, elementów graficznych lub symboli odnoszące się do artykułów rolno-spożywczych, umieszczone na opakowaniu, w dokumencie, na ulotce, etykiecie, obwolucie

albo zawieszce, które są dołączone do danego artykułu rolno-spożywczego, lub też go dotyczą (art. 6 ust. 4 *ustawy o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych*).

Stanowisko ukształtowane w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości domaga się wprowadzić od konsumenta rozsądku i uwagi (por. na przykład sprawa Prantl z 1984 r. - ETS 13.3.1984 r., 16/83, Zb. Orz. 1299), ale daje mu jednocześnie prawo do rzetelnej informacji, niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru czy usługi (por. na przykład sprawa GB-Inno-BM, ETS 13.12.1991 r., C-18/88, Zb. Orz. I-5941). Niepodawanie rzetelnych, pełnych i prawdziwych informacji uniemożliwia konsumentom dokonanie swobodnej i rzeczowej oceny oferowanych na rynku towarów i usług, co może wprowadzać ich w błąd. Opisany powyżej, zastosowany przez Stronę postępowania, sposób skonstruowania etykiety produktu „*Extra Mazurskie*”, nie pozwala na łatwą identyfikację jego charakteru, a tym samym nie wyczerpuje zobowiązania Strony postępowania do udzielenia pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji.

Jednocześnie Prezes Urzędu uznał, że podniesione w trakcie niniejszego postępowania przez Stronę postępowania argumenty nie zasługują na uwzględnienie.

Cytowane powyżej przepisy *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94* rzeczywiście nie konstytuują wprost obowiązku producentów do umieszczania nazwy handlowej produktu na przedniej ściance opakowania. Jednak zgodnie z treścią art. 3 ust. 5 przedmiotowego *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*, ustanowiona w Załączniku nazwa handlowa produktu musi być łatwa do zrozumienia i **oznaczona w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby była łatwo dostrzegalna oraz wyraźnie czytelna**. W opinii Prezesa Urzędu cytowany przepis pozostawia margines interpretacyjny, pozwalający na uwzględnienie specyfiki konkretnego rynku. Jak zwrócono uwagę powyżej, polski rynek artykułów spożywczych charakteryzuje się nagminnością działań, polegających na upodabnianiu etykiet produktów typu miks tłuszczowy do produktów typu masło. Powyższe, w połączeniu z faktem, iż produkty typu miks tłuszczowy ze względu na niższe koszty produkcji charakteryzują się niższą ceną, często prowadzi do konfuzji w zakresie faktycznego charakteru nabywanego produktu. Na istnienie tego zjawiska wskazują zarówno wyniki kontroli Inspekcji Handlowej, jak i sygnały docierające od konsumentów. Jak wskazywano powyżej, sprzedawcy na półkach sklepowych prezentują przede wszystkim przednie strony etykiet. Stąd, w przedstawionej powyżej sytuacji panującej na rynku polskim, dyspozycja przepisu art. 3 ust. 5 przedmiotowego *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94* (ustanowiona w Załączniku nazwa handlowa produktu musi być łatwa do zrozumienia i oznaczona w miejscu widocznym dla konsumenta w taki sposób, aby była łatwo dostrzegalna oraz wyraźnie czytelna), spełniona będzie dopiero w chwili, gdy najistotniejsza z punktu widzenia konsumenta informacja, jaką jest nazwa handlowa produktu, znajdzie się właśnie na przedniej stronie etykiety. Obecnie praktyka stosowana przez przedsiębiorców w tym zakresie nie jest jednolita. Wielu umieszcza przedmiotową informację na przedniej stronie etykiety, niektórzy czynią to na bocznej ściance, a niektórzy, jak Strona postępowania w przypadku produktu „*Extra Mazurskie*” – na tylnej ściance. Do uwidaczniania nazwy handlowej produktu przedsiębiorcy wykorzystują też niejednokrotnie małą czcionkę. Stąd, Prezes Urzędu stoi na stanowisku, że zasadnym jest ujednoczenie przedmiotowej praktyki. Odmienne interpretacja prowadzić musiałaby do wniosku, że konsument chcący nabyć masło, zmuszony byłby do podnoszenia każdego towaru z półki, celem przeprowadzenia swego śledztwa, które miałyby umożliwić zlokalizowanie informacji na temat jego nazwy handlowej. Stosunkowo niska cena artykułów typu masło / miks tłuszczowy w połączeniu częstą koniecznością dokonywania zakupu tychże produktów, powoduje jednak zmniejszoną czujność potencjalnych nabywców, a w efekcie wiąże się z dużym ryzykiem dokonania zakupu

produktów innych od zamierzonych. W opinii Prezesa Urzędu wyłącznie zadośćuczynienie dyspozycji art. 3 ust. 5 przedmiotowego *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94* we wskazany przez Prezesa Urzędu sposób, skutecznie przeciwdziałałoby takim sytuacjom.

Jednocześnie w opinii Prezesa Urzędu nie można uznać zawartego na przedniej stronie etykiety wyrażenia „*Połączenie Masła i Oleju Słonecznikowego*” za substytut nazwy handlowej określonej w Załączniku do *Rozporządzenia Rady (WE) NR 2991/94*. Wyrażenie to nie funkcjonuje bowiem w powszechnym obrocie i w świadomości konsumentów, jako identyfikator produktu o charakterze miks tłuszczowy. Tym samym jego brzmienie może wręcz sugerować, że produkt ma szczególny, odmienny od innych dostępnych na rynku, charakter. Przede wszystkim jednak należy stwierdzić, że przedmiotowy Załącznik jest pod względem określenia brzmienia nazw handlowych jednoznaczny i nie przewiduje możliwości zastępowania zawartych w nim wzorów nazw handlowych innymi nazwami.

Ze względu na treść obowiązujących przepisów, bez znaczenia jest również fakt, iż jak twierdzi Strona postępowania, nazwa „*Extra Mazurskie*” jest zarejestrowanym znakiem towarowym, który cieszy się renomą. Fakt dokonania rejestracji jakiegokolwiek znaku towarowego nie może bowiem usprawiedliwiać prowadzenia działań sprzecznych z prawem.

Odnosząc się do argumentów podniesionych przez Stronę postępowania wobec zarzutu używania etykiety oraz formy prezentacji, która wskazuje, implikuje lub sugeruje, że produkt „*Extra Mazurskie*” jest przetworem mlecznym poprzez użycie nazwy fantazyjnej, której brzmienie nie jest gramatycznie dostosowane do brzmienia nazwy handlowej produktu i może wskazywać na to, że produkt jest masłem, Prezes Urzędu również uznaje je za bezzasadne.

Bez znaczenia jest bowiem okoliczność, na jaką wskazuje Strona postępowania, że celem nadania obecnego brzmienia wyrażeniu „*Extra Mazurskie*”, jest gramatyczne dopasowanie go do również znajdującego się na etykiecie wyrażenia „*połączenie masła i oleju słonecznikowego*”. W opinii Prezesa Urzędu, zastosowanie odmiennej czcionki i odmiennego umiejscowienia na przedniej stronie etykiety, wyklucza możliwość, aby potencjalny konsument odczytał obie informacje jako jedno wyrażenie. Należy jednocześnie zwrócić uwagę, że skonstruowanie etykiety wskazuje, że zarejestrowanym znakiem towarowym jest wyłącznie wyrażenie „EXTRA MAZURSKIE®” (znak „®” znajduje się wyłącznie przy nim), a nie przy całym wyrażeniu „*Extra Mazurskie połączenie masła i oleju słonecznikowego*”.

Na intencje wprowadzenia potencjalnych klientów w błąd lub co najmniej utrzymywania pewnej dwuznaczności oznaczeń dotyczących charakteru swojego produktu „*Extra Mazurskie*”, wskazywać zdaje się fakt, iż w chwili wszczęcia niniejszego postępowania, zamiast obecnego wyrażenia o treści „*Połączenie Masła i Oleju Słonecznikowego*”, na etykiecie widniało wyrażenie „*Extra Mazurskie – nie mrożone świeże, masło z dodatkiem oleju słonecznikowego*”, które jednoznacznie wskazywało, że przedmiotowy produkt jest masłem.

Ponadto wywołaniu u potencjalnego nabywcy automatycznego skojarzenia z produktem typu masło służyć może także znajdująca się na etykiecie produktu „*Extra Mazurskie*”, podana w sposób niezwykle czytelny informacja o promocji w ramach której otrzymać można **maselniczkę** gratis („*maselniczka GRATIS*”, „*zbiierz 5 kuponów*”).

Należy jednocześnie zaprzeczyć twierdzeniom Strony postępowania, jakoby na rynku wytworzyła się praktyka oznaczania produktów będących masłem nazwą „masło”, natomiast produktów o odmiennym charakterze – nazwą fantazyjną. Urzędowi znane są bowiem liczne przypadki nadawania nazw fantazyjnych produktom typu masło, co ma służyć zindywidualizowaniu produktów konkurujących na rynku przedsiębiorców.

Ponadto zasugerowaniu potencjalnemu nabywcy, że produkt „*Extra Mazurskie*” jest masłem może także służyć wykorzystanie pojęcia „*Extra*”, które jest powszechnie wykorzystywane w odniesieniu do popularnego na rynku produktu typu „masło extra”.

Jednocześnie za niewystarczające należy uznać wyjaśnienia Strony postępowania w zakresie zawartości strony internetowej [www.ascokrakow.pl](http://www.ascokrakow.pl). Mimo okoliczności, że Strona postępowania nie jest właścicielem przedmiotowej witryny, fakt istnienia kilkukrotnego odesłania do jej adresu na etykiecie produktu „*Extra Mazurskie*”, może w sposób wprowadzający w błąd oddziaływać na świadomość nabywcy produktu (w treści ww. witryny produkt ten wielokrotnie nazywany jest bowiem „masłem”).

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności należy stwierdzić, iż sposób skonstruowania przez Stronę postępowania etykiety produktu „*Extra Mazurskie*” może wprowadzać w błąd konsumentów co do rzeczywistej treści skierowanej do nich oferty. Skutkiem tego jest naruszenie interesów ekonomicznych konsumentów. Tym samym przesłanka bezprawności została spełniona.

### **Ad 3**

Przepisy *uokik* nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia z takim interesem, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta tego przedsiębiorcy, czyli gdy są powszechne. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z godzeniem w prawa nieograniczonej grupy konsumentów, którzy mogli stać się nabywcami produktu „*Extra Mazurskie*”. Potencjalni nabywcy obserwując najczęściej wyeksponowaną na półce sklepowej przednią stronę opakowania produktu mogli nabrać fałszywego przekonania, że mają do czynienia z przetworem mlecznym, a konkretnie masłem, co w połączeniu z faktem, iż produkty typu mieszana substancja do smarowania są znacznie tańsze od produktów typu masło, mogło skutecznie wpłynąć na decyzję rynkową konsumenta.

Powyższe może prowadzić do naruszenia interesów ekonomicznych konsumenta w ten sposób, że nabędzie on produkt odmienny od tego, jaki pierwotnie zamierzał kupić (mieszaną substancję do smarowania, a nie masło). Powyższy fakt decyduje o tym, iż trzecia przesłanka została spełniona.

Wobec łącznego spełnienia wszystkich trzech przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 23a *uokik*, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji.

W świetle powyższego, należy stwierdzić, że w niniejszej sprawie praktyki Strony postępowania naruszają zbiorowy interes konsumentów i tym samym zasadne było podjęcie działań przewidzianych w *uokik* dla zapewnienia ochrony konsumentów.

### **Wobec powyższego orzeka się jak w sentencji.**

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080; Dz.U. z 2006 r. Nr 157, poz. 1119 i Nr 170, poz. 1217) w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.), od niniejszej

decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Otrzymują:

1. Radca Prawny  
Andrzej Dziewałtowski-Gintowt  
Kancelaria Radców Prawnych  
J. Stelmach, A Dziewałtowski, A. Kłos s.c.  
ul. Grabowskiego 5/1  
31-126 Kraków
2. a/a

Do wiadomości:

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska  
w Radomsku  
ul. Jagiellońska 4  
97-500 Radomsko

Decyzję podpisał:

z up. Prezesa UOKiK  
p.o. Dyrektor Departamentu  
Joanna Wrona