



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-709-33(5)/16/JS

Warszawa, 08 września 2016 r.

DECYZJA DIH-1/ 78 /2016

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2016 r. poz. 23, z późn. zm.), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2016 r. poz. 1059, z późn. zm.), art. 40a ust. 1 pkt 3 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 Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie od decyzji Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Poznaniu z 2 czerwca 2016 r. (nr akt sprawy: ŻG.8361.44.2016), którą ww. przedsiębiorcy wymierzono karę pieniężną w wysokości 2.000 zł (słownie: dwa tysiące złotych) z tytułu wprowadzenia do obrotu trzech partii przetworów mięsnych o łącznej wartości 586,66 zł, nieodpowiadających jakości handlowej określonej w przepisach, z uwagi na nieprawidłowe oznakowanie, **utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.**

UZASADNIENIE

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 22 marca do 1 kwietnia 2016 r. przez inspektorów reprezentujących Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Poznaniu, zwanego dalej również „*Wielkopolskim WIIH*”, w Hali Makro przy Al. Solidarności 51 w Poznaniu, należącej do przedsiębiorcy Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie – zwanego dalej również „*stroną*” zakwestionowano prawidłowość oznakowania trzech partii przetworów mięsnych o łącznej wartości 586,66 zł, t.j.:

- partię 8 opakowań o łącznej masie netto 8,69 kg produktu o nazwie „Kiełbaski na rolki”, Kiełbasa średnio rozdrobniona, wędzona, parzona, bezosłonkowa, zwanego dalej „*Kiełbaskami na rolki*” HORECA z oznaczeniem „należy spożyć do 07.04.2016” oraz numerem partii „261701 20076 078031”, w cenie sprzedaży 23,09 zł/kg, o wartości 200,65 zł, wyprodukowanego przez Zakłady Mięsne w Żywcu, dystrybutor Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie;

z uwagi na pominięcie w nazwie opisowej wędliny rodzaju mięsa użytego do jej wyprodukowania, co naruszało art. 17 ust. 1 i 5 w związku z art. 9 ust. 1 lit. a oraz art. 7 ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) 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 1169/2011”;

- partię 3 opakowania o łącznej masie netto 3,3 kg produktu o nazwie „Kiełbasa chłopska”, Kiełbasa wieprzowa drobno rozdrobniona, wędzona, parzona, zwanego dalej „Kiełbasą chłopską”, HORECA z oznaczeniem „należy spożyć do 10.04.2016” oraz numerem partii „047601 15070 078031”, w cenie sprzedaży 11,54 zł/kg, o wartości 38,08 zł, wyprodukowanego przez Zakłady Mięsne w Żywcu, dystrybutor Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie;
- partię 26 opakowań o łącznej masie netto 30,15 kg produktu o nazwie „Kiełbasa chłopska”, Kiełbasa wieprzowa drobno rozdrobniona, wędzona, parzona, HORECA z oznaczeniem „należy spożyć do 12.04.2016” oraz numerem partii „047601 16077 081182”, w cenie sprzedaży 11,54 zł/kg, o wartości 347,93 zł, wyprodukowanego przez Zakłady Mięsne w Żywcu, dystrybutor Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie;

z uwagi na użycie w nazwach tych dwóch ww. partiach wędlin określenia „chłopska” sugerującego prosty sposób produkcji wyrobu bez udziału substancji stosowanych w produkcji przemysłowej. Według wykazu składników zamieszczonego na opakowaniu, produkt zawierał: „mięso wieprzowe 75%, wodę, sól, skrobię modyfikowaną, przyprawy (w tym gorczyca), glukoza, substancja zagęszczająca: karagen, wzmacniacz smaku: glutaminian monosodowy, stabilizatory: trifosforany, cytryniany sodu; przeciwutleniacz: izoaskorbinian sodu, substancja konserwująca: azotyn sodu”, co naruszało art. 7 ust. 1 lit. a i ust. 2 rozporządzenia 1169/2011 oraz art. 16 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. L 31 z 1.2.2002, s. 1 z późn. zm.) – zwanego dalej „rozporządzeniem nr 178/2002”.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z 1 kwietnia 2016 r. wraz z załącznikami (nr akt kontroli: ŻG.8361.44.2016).

Wobec stwierdzonych nieprawidłowości, pismem z 5 maja 2016 r., Wielkopolski WIIH zawiadomił przedsiębiorcę Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie wymierzenia, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 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”, kary pieniężnej z tytułu wprowadzenia do obrotu trzech partii przetworów mięsnych nieodpowiadających jakości handlowej oraz o przysługującym stronie prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Jednocześnie zażądał przesłania informacji dotyczących wielkości obrotu i przychodu przedsiębiorcy za rok 2015.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją z 2 czerwca 2016 r., (nr akt: ŻG.8361.44.2014 ZPO) Wielkopolski WIIH wymierzył przedsiębiorcy Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, w oparciu o art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, karę pieniężną w wysokości 2.000 zł (słownie: dwa tysiące złotych) z tytułu wprowadzenia do obrotu trzech partii przetworów mięsnych, nieodpowiadających jakości handlowej określonej w przepisach, z uwagi na nieprawidłowe oznakowanie.

Pismem z 21 czerwca 2016 r., strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, odwołanie od ww. decyzji. Strona stwierdziła, że jej zdaniem produkt „Kiełbaski na rolki” spełnia wymagania rozporządzenia 1169/2011, bowiem jest wyprodukowany z udziałem surowca wieprzowego, bez dodatków surowców innego gatunku niż wieprzowina, w wykazie składników jest przywołany gatunek zwierzęcia, a dodatkowo w nazwie opisowej produktu zostały umieszczone wymagane informacje zawarte w Załączniku VI Część A ww. rozporządzenia. W opinii strony również produkt o nazwie „Kiełbasa chłopska” jest zgodny z postanowieniami ww. rozporządzenia. Według strony, obowiązujące prawo zarówno unijne jak i krajowe nie przewiduje definicji nazwy „chłopska” w związku z czym oznakowanie tego produktu nie wprowadza konsumenta w błąd odnośnie charakteru i składu wyrobu.

Pismem z 14 lipca 2016 r., Prezes UOKiK poinformował przedsiębiorcę Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, iż przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje, na podstawie art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2016 r. poz. 23, z późn. zm), zwanej dalej „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 przysługującego jej prawa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 17 ust. 1 rozporządzenia 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 z wymogami prawa żywnościowego właściwymi dla ich działalności i kontrolowanie przestrzegania tych wymogów. W myśl art. 17 ust. 2 tego rozporządzenia, państwa członkowskie wprowadzają w życie prawo żywnościowe oraz monitorują i kontrolują przestrzeganie przez podmioty działające na rynku spożywczym i pasz odpowiednich wymogów prawa żywnościowego na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji. W tym celu Państwa Członkowskie zachowują system oficjalnych kontroli i innych działań stosownych do okoliczności, z uwzględnieniem informowania opinii publicznej o bezpieczeństwie i ryzyku związanym z żywnością i paszami, nadzorem nad bezpieczeństwem żywności i pasz oraz innych działaniach monitorujących, obejmujących wszystkie etapy produkcji, przetwarzania i dystrybucji. Państwa Członkowskie ustanawiają również zasady dotyczące środków i kar mających zastosowanie w przypadku naruszenia prawa żywnościowego i paszowego. Ustanowione środki i kary powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

W myśl przepisu art. 8 ust. 1 rozporządzenia nr 178/2002 prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów świadomego wyboru związanego ze spożywaną żywnością. W szczególności, zgodnie z art. 16 tego rozporządzenia, etykietowanie, reklama i prezentacja żywności nie może wprowadzać konsumentów w błąd.

Według art. 2 ust. 2 lit. p rozporządzenia nr 1169/2011 "nazwa opisowa" oznacza nazwę zawierającą opis środka spożywczego, a w razie potrzeby również jego zastosowania, który jest wystarczająco jasny, aby umożliwić konsumentom poznanie rzeczywistego charakteru tego środka spożywczego i odróżnienie go od innych produktów, z którymi może zostać pomyłony. Natomiast art. 17 ust. 1 tego rozporządzenia stanowi, że nazwą środka spożywczego jest jego nazwa przewidziana w przepisach, a w przypadku braku takiej nazwy nazwą środka spożywczego jest jego nazwa zwyczajowa, a jeśli nazwa zwyczajowa nie istnieje lub nie jest stosowana, przedstawia się nazwę opisową tego środka spożywczego.

Jak wskazuje art. 6 rozporządzenia nr 1169/2011, każdemu środkowi spożywczemu przeznaczonemu do dostarczenia konsumentowi finalnemu lub do zakładów żywienia zbiorowego muszą towarzyszyć informacje na temat żywności zgodnie z tym rozporządzeniem.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. a rozporządzenia nr 1169/2011, informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, w szczególności co do właściwości środka

spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, ilości trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji.

Rozporządzenie nr 1169/2011 doprecyzowuje w art. 8 zasady odpowiedzialności podmiotów za informację o żywności. 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 – importer danego środka na rynek Unii (art. 8 ust. 1 tamże). Podmiot ten zapewnia obecność i rzetelność informacji na temat żywności zgodnie z mającym zastosowanie prawem dotyczącym informacji na temat żywności oraz z wymogami odpowiednich przepisów krajowych (art. 8 ust. 2). Bez uszczerbku dla tej zasady, 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 (art. 8 ust. 5 tego rozporządzenia).

Zgodnie z 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. Definicja jakości handlowej zawarta w art. 3 pkt 5 ustawy o jakości handlowej obejmuje m.in. wymagania wynikające ze sposobu produkcji, opakowania, prezentacji i oznakowania artykułów rolno-spożywczych, nieobjęte wymaganiami sanitarnymi, weterynaryjnymi lub fitosanitarnymi.

Każdy, kto wprowadza do obrotu artykuły rolno-spożywcze nieodpowiadające jakości handlowej określonej w przepisach o jakości handlowej lub deklarowanej przez producenta w oznakowaniu tych artykułów, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, podlega karze pieniężnej w wysokości do pięciokrotnej wartości korzyści majątkowej uzyskanej lub która mogłaby zostać uzyskana przez wprowadzenie tych artykułów rolno-spożywczych do obrotu, nie niższej jednak niż 500 zł. Ustalając wysokość kary pieniężnej, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej, na podstawie 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 organ pierwszej instancji stwierdził, że wprowadzone do obrotu trzy partie przetworów mięsnych o łącznej wartości 586,66 zł, tj. jedna partia „Kiełbasek na rolki” oraz dwie partie „Kiełbasy chłopskiej” nie odpowiadały jakości handlowej określonej w przepisach o jakości handlowej zawartych w: art. 17 ust. 1 i 5 w związku z art. 9 ust. 1 lit. a

oraz art. 7 ust. 2 rozporządzenia 1169/2011 („Kiełbaski na rolki”) oraz art. 7 ust. 1 lit. a i ust. 2 rozporządzenia 1169/2011 i art. 16 rozporządzenia 178/2002 („Kiełbasa chłopska”).

W związku z tym, Wielkopolski WIIH wymierzył stronie karę pieniężną na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej w kwocie wysokości 2.000 zł.

W ocenie Prezesa UOKiK decyzja organu pierwszej instancji uznająca Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie za podmiot podlegający sankcji administracyjnej określonej w art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej była prawidłowa.

W złożonym odwołaniu strona próbowała dowieść, że oznakowanie ww. „Kiełbasek na rolki” i „Kiełbasy chłopskiej” spełniało wymagania jakości handlowej określone w rozporządzeniu nr 1169/2011 i nie wprowadzało konsumentów w błąd w przypadku „Kiełbasy chłopskiej”. Ponadto strona stwierdziła, że obowiązujące prawo zarówno unijne jak i krajowe nie przewiduje definicji nazwy „chłopska” w związku z czym oznakowanie tego produktu nie wprowadza konsumenta w błąd odnośnie charakteru i składu wyrobu.

Odnosząc się do powyższego Prezes UOKiK w pierwszej kolejności wyjaśnia, że głównym celem prawa żywnościowego jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony zdrowia ludzkiego i interesów konsumentów związanych z żywnością. Prawidłowe oznakowanie artykułów rolno-spożywczych stanowi podstawę informacji konsumenckiej, ma na celu umożliwienie konsumentom dokonanie wyboru produktu zgodnego z ich oczekiwaniami. Nazwa „Kiełbaski na rolki” nie jest nazwą określoną w prawie, ani też nazwą zwyczajową. Dlatego też powinna być uzupełniona nazwą opisową w rozumieniu art. 2 ust. 2 lit. p rozporządzenia, 1169/2011 na co wskazuje art. 17 ust. 1 tego rozporządzenia dotyczący stosowania nazwy opisowej środka spożywczego. W nazwie opisowej „Kiełbasek na rolki” nie określono rodzaju mięsa użytego do ich wyprodukowania, tj. podano „Kiełbasa średnio rozdrobniona, wędzona, parzona, bezosłonkowa” zamiast „Kiełbasa wieprzowa, średnio rozdrobniona, wędzona, parzona, bezosłonkowa” (podkreślenie Prezesa UOKiK). Co prawda konsument mógł poznać rodzaj produktu na podstawie składu podanego w oznakowaniu, wybór ten jednak był utrudniony, gdyż wymagał przeanalizowania tego składu. Przy rutynowym dokonywaniu zakupów bez czytania składu produktu, konsument mógł mieć problem z wyborem wyrobu, który spełni jego oczekiwania tylko na podstawie nazwy produktu. Tym samym Prezes UOKiK przyznał rację organowi pierwszej instancji, że w niniejszej sprawie zostały naruszone przepisy z zakresu jakości handlowej określone w art. 4 ust. 1 ustawy o jakości handlowej, art. 17 ust. 1 rozporządzenia w związku z art. 9 ust. 1 lit. a oraz art. 7 ust. 2 rozporządzenia 1169/2011. Stosowanie przez producentów nazw fantazyjnych typu „Kiełbaski na rolki” zobowiązuje ich jednocześnie do przedstawienia jak wyżej wyjaśniono nazw opisowych (art. 17 ww. rozporządzenia), które muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia dla konsumenta (art. 7 ust. 2 ww. rozporządzenia).

Z powyższych rozważań wynika, że nazwa fantazyjna oraz nazwa opisowa wprowadzonej do obrotu wędliny przez przedsiębiorcę Makro Cash and Carry Polska S.A. z siedzibą w Warszawie nie charakteryzowały rzetelnie tego produktu. Wprawdzie przeciętny konsument jest osobą dobrze poinformowaną, uważną i racjonalną, jednak nie zwalnia to przedsiębiorcy z obowiązku prawidłowego oznaczania wyrobów. Podanie w wykazie składników rzeczywistego składu surowcowego nie stanowi usprawiedliwienia dla stosowania niepełnej nazwy opisowej, która powinna umożliwić w miarę szybko dokonanie wyboru i powinna być adekwatna do składu produktu, gdyby stanowisko strony było słuszne, wówczas niezasadny byłby przepis zawarty w art. 17 ust. 1 rozporządzenia 1169/2011.

Należy też zaznaczyć, że w przypadku drugiego zakwestionowanego wyrobu („Kiełbasy chłopskiej”) tego samego producenta nazwa opisowa była pełna: Kielbasa wieprzowa drobno rozdrobniona, wędzona, parzona (podkreślenie Prezesa UOKiK) i zawierała rodzaj surowca użytego do produkcji nie tylko w nazwie opisowej, ale także w składzie surowcowym. Wynika z tego, że strona przy odrobinie staranności mogła niedopuścić do powstania niezgodności w przypadku produktu o nazwie „Kiełbaski na rolki”.

Odnosząc się do stwierdzenia strony, że prawo zarówno unijne jak i krajowe nie przewiduje definicji nazwy „chłopska” w związku z czym oznakowanie tego produktu nie wprowadza konsumenta w błąd odnośnie charakteru i składu, Prezes UOKiK wskazuje, że mimo, istotnie braku definicji legalnej takiego określenia istnieje w tym zakresie orzecznictwo sądów administracyjnych. Sądy w wielu wyrokach (patrz: wyrok z dnia 10 grudnia 2013 r. II GSK 1255/12; wyrok z dnia 27 lutego 2014 r. II GSK 1832/12) podkreślają, że przepisy prawa krajowego, jak i unijnego jednoznacznie sprzeciwiają się każdej praktyce mogącej w jakikolwiek sposób wprowadzić konsumentów w błąd. Konsument ma bowiem prawo nabywać produkty zgodnie z jego własnymi oczekiwaniami, świadomie wybierając produkty o pożądanym przez niego cechach jakościowych. Naruszenie ww. zasad powoduje naruszenie interesu konsumenta. Sądy podzielają stanowisko organów kontroli dotyczące nadużywania przez producentów określeń, które bezzasadnie wyróżniają produkty spośród innych tożsamyh nieoznaczonych w ten sposób. Tym samym sądy administracyjne stoją na stanowisku kwalifikowania tego rodzaju praktyk mylącego oznakowania środków spożywczych jako wprowadzających konsumentów w błąd oraz stwarzających nierówne warunki konkurencji na rynku. Zastosowanie przymiotnika „chłopska” w nazwie produktu w odniesieniu do wyrobu, który nie został wytworzony metoda prostą, jak również nie posiada składu typowego dla produktu wytwarzanego na wsi w potocznym rozumieniu (tj. z wykorzystaniem naturalnych i powszechnie dostępnych składników), jest nieuprawnione. Taka praktyka narusza przepisy w zakresie jakości handlowej oraz wprowadza konsumentów w błąd. Sam przymiotnik „chłopska” kojarzy się ze zbiorem pewnych cech oraz właściwości, podobnie jak w przypadku określeń: tradycyjny, domowy czy swojski. Używanie określenia „chłopska”, wskazuje, że ten produkt oznacza się

szczególnymi (unikalnymi) właściwościami w sytuacji gdy wyroby produkowane przez konkurentów posiadają takie same bądź podobne właściwości. Zastosowanie w nazwie przymiotnika „chłopska” itp. (z jednoczesnym zastosowaniem substancji dodatkowych nie używanych do produktów wytwarzanych na wsi) bez wątpienia wprowadza konsumenta w błąd, sugerując niezgodną ze stanem faktycznym jakość wyrobu i buduje mylne wyobrażenie o produkcie.

W związku z powyższym Prezes UOKiK przychylił się do oceny organu pierwszej instancji, iż sposób oznakowania „Kiełbasy chłopskiej” naruszył przepisy w zakresie jakości handlowej ze względu na zastosowanie określenia nieadekwatnego do składu, mylnie sugerującego szczególne właściwości produktu, bowiem nazwa fantazyjna mogła budzić skojarzenie z produkcją wiejską, w której stosuje się tradycyjne składniki, bez dodatków do żywności stosowanych w produkcji przemysłowej.

Prezes UOKiK jeszcze raz odsyła do art. 7 ust. 1 lit. a rozporządzenia 1169/2011, który stanowi, że informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, w szczególności co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji. Zgodnie z art. 2 ust. 2 lit. a tego samego rozporządzenia informacje na temat żywności oznaczają informacje dotyczące danego środka spożywczego udostępniane konsumentowi finalnemu w szczególności za pośrednictwem etykiety, innych materiałów towarzyszących lub innych środków (podkreślenie Prezesa UOKiK). Jak wynika z powyższego wszelkie informacje dotyczące danego środka spożywczego i udostępniane konsumentowi finalnemu w każdej formie i z wykorzystaniem wszelkich środków nie mogą wprowadzać w błąd (niezależnie czy informacja ta jest nazwą środka spożywczego czy sloganem reklamowym).

Ponadto Prezes UOKiK wskazuje, że produkt o nazwie Kiełbasa chłopska od czerwca 2011 r. został wpisany na Krajową Listę Produktów Tradycyjnych prowadzoną przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Lista ta została utworzona na mocy ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych, a jej głównym celem jest promocja i rozpowszechnianie informacji o produktach wytwarzanych tradycyjnymi, historycznie ugruntowanymi metodami na terenie kraju, po to, aby następnie móc je skuteczniej promować także za granicą. Lista ta służy również pośrednio przygotowaniu producentów do rejestracji nazw wpisanych na nią produktów na szczeblu unijnym. Zgodnie ze specyfikacją określoną dla Kiełbasy chłopskiej wytwarzana ona jest z trzech rodzajów mięsa wieprzowego – szynki, łopatki i mięsa tłustego II klasy. Kiełbasę wędzi się dymem letnim z drewna bukowego, aż uzyska barwę złocistą, charakterystyczną dla wędlin parzonych. Doprawiona jest kompozycją przypraw, które nadają jej niepowtarzalny smak, aromat i konsystencję.

Podsumowując należy wskazać, że prawidłowe oznakowanie artykułów rolno-spożywczych stanowi podstawę informacji konsumenckiej, ma na celu umożliwienie konsumentom dokonanie wyboru produktu zgodnego z ich oczekiwaniami. Dlatego też jednym z celów ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych jest ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami kupieckimi.

Nie ulega wątpliwości, że strona jako podmiot, który wprowadził w swojej placówce handlowej do obrotu zakwestionowane artykuły rolno-spożywcze, jest odpowiedzialna za informacje na temat tej żywności i ponosi w związku z tym odpowiedzialność za ich obecność i rzetelność.

Zgodnie z art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej organy Inspekcji Handlowej, przy wymierzaniu kary pieniężnej z tytułu wprowadzania do obrotu środków spożywczych o niewłaściwej jakości handlowej na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości, biorą pod uwagę stopień szkodliwości czynu, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów, a także wartość kontrolowanych artykułów rolno-spożywczych. W przedmiotowej sprawie, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, Prezes UOKiK stwierdził, że Wielkopolski WIIH, wymierzając karę pieniężną w sposób prawidłowy ocenił poszczególne przesłanki.

W przedmiotowej sprawie najniższy możliwy wymiar kary pieniężnej, o której mowa w art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej wynosi 500 zł, natomiast najwyższy – 2.933,30 zł, wyrażony jako pięciokrotność wartości korzyści majątkowej uzyskanej lub która mogłaby zostać uzyskana przez wprowadzenie do obrotu trzech partii przetworów mięsnych o niewłaściwej jakości handlowej o łącznej wartości 586,66 zł (tj. 5 x 586,66 zł). W omawianym przypadku, stronie wymierzono karę w wysokości 2.000 zł.

W ocenie Prezesa UOKiK wymierzona kara jest właściwa do osiągnięcia zakładanego celu, jakim jest zapewnienie, aby w sprzedaży dostępne były tylko artykuły rolno-spożywcze odpowiadające jakości handlowej, a także będzie najmniej uciążliwa z możliwych dostępnych środków. Jednocześnie wymierzona kara, zgodnie z art. 17 ust 2 rozporządzenia 178/2002, spełnia funkcję prewencyjną i represyjną, skłaniając kontrolowanego do przestrzegania przepisów o jakości handlowej, zwłaszcza z uwagi na wykazane powyżej niedopełnienie należytej staranności w zakresie zapewnienia prawidłowego oznakowania ww. artykułów rolno-spożywczych.

Zgodnie z 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 w Poznaniu w terminie 30 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stanie się ostateczna.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zgodnie z art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich

inspektorów Inspekcji Handlowej. Zatem, w myśl art. 127 § 2 k.p.a. w związku z art. 1 ust. 3 ustawy o Inspekcji Handlowej, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 1 k.p.a., organ odwoławczy wydaje decyzję, w której utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów orzekł, jak w sentencji.

Niniejsza decyzja jest ostateczna w trybie postępowania administracyjnego.

Pouczenie

Zgodnie z art. 52 § 1, art. 53 § 1, art. 54 § 1 ustawy z dnia 30 sierpnia 2002 r. – Prawo o postępowaniu przed sądami administracyjnymi (Dz.U. z 2016 r. poz. 718 z późn. zm.) od niniejszej decyzji przysługuje skarga wnoszona do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

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

z up. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DYREKTOR
Departamentu Inspekcji Handlowej
Anna Janiszewska