

**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

RPZ- 61/13/07/AR

Poznań, dnia 12 lutego 2008 r.

DECYZJA Nr RPZ 4/2008

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2007r., Nr 134, poz. 939), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje się, że:**

działania Ireneusza Sobkowiak prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Zakłady Mięsne „Sobkowiak” z siedzibą w Siedlcu, polegające na wprowadzającym w błąd oznakowaniu produktu o nazwie „parówki cielęce”, co wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz. U. z 2003 r. nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz narusza art. 6 ust. 5 ustawy z dnia 11 maja 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych (Dz. U. z 2000 r., nr 5 poz. 44, ze zm.), **stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza zaniechanie jej stosowania.**

II. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w związku z naruszeniem art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, nakłada się na Ireneusza Sobkowiak prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Zakłady Mięsne „Sobkowiak” z siedzibą w Siedlcu karę pieniężną w wysokości 10.000,00 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.

Uzasadnienie

W dniu 20 listopada 2007 r. do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu przekazano materiały Głównego Inspektoratu Inspekcji Handlowej, z których wynika, iż firma Zakłady Mięsne „Sobkowiak” z siedzibą w Siedlcu (dalej: firma „Sobkowiak” lub Zakłady) wprowadza do obrotu produkt o nazwie „parówki cielece”, którego właściwości nie odpowiadają deklaracjom producenta zawartym na opakowaniu.

Ponieważ dokumentacja uzasadniała podejrzenie, iż Zakłady naruszają interesy konsumentów, w dniu 21 listopada 2007 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez wprowadzające w błąd oznaczenie produktu „parówki cielece”, co wyczerpuje znamiona czynu nieuczciwej konkurencji z art. 10 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz narusza art. 6 ust. 5 stawy o jakości handlowej artykułów rolno – spożywczych (dalej: ustawa o jakości).

Firma „Sobkowiak” została, pismem z dnia 21 listopada 2007r., zawiadomiona o wszczęciu niniejszego postępowania. Ponadto Prezes Urzędu wezwał Zakłady do przesłania jednego egzemplarza etykiety opakowania zbiorczego spornych „parówek cielecych” oraz dokumentów potwierdzających formę prowadzonej działalności gospodarczej i wysokość osiągniętego w 2006r. przychodu.

W odpowiedzi na zarzuty, pismem z dnia 06 grudnia 2007 r., firma „Sobkowiak” poinformowała, iż produkt znakowany dotychczas jako „parówki cielece” aktualnie nosi nazwę „parówki delikatesowe” w dowód czego załączyła wzór nowej etykiety. Zgodnie z oświadczeniem właściciela firmy „Sobkowiak” Pana Ireneusza Sobkowiaka, Zakłady powiadomiły Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej Delegaturę w Kaliszu o planowanej zmianie nazwy spornego produktu. Zmiana nazwy miała nastąpić najpóźniej do marca 2008r. Jednocześnie podmiot odmówił załączenia do akt sprawy starej etykiety „parówek cielecych” powołując się na fakt, iż nie posiada już na stanie w/w etykiet oznaczonych nazwą „parówki cielece”.

W toku prowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów ustalono, iż Firma „Sobkowiak”, mimo deklaracji o zaprzestaniu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, nadal zamieszcza na firmowych stronach internetowych w zakładce: „oferta”, podtytułe : „wyroby drobno rozdrobnione” produkt o nazwie „parówki cielece”, oznaczony indeksem : 13-04. Wobec powyższego kolejnym pismem z dnia 07 grudnia 2007r. Prezes Urzędu wezwał Zakłady do przedstawienia dowodów potwierdzających zaprzestanie stosowania etykiety „parówki cielece” dla produktów, które w składzie surowcowym nie zawierają cieleciny, w postaci odpowiednich dokumentów wskazujących kiedy i w jaki sposób Zakłady wycofały z obrotu towar opatrzony etykietą o nazwie „parówki cielece” oraz wprowadziły do obrotu produkt z etykietą „parówki delikatesowe”. Ponadto organ zobowiązał Firmę „Sobkowiak” do wskazania, gdzie na ich stronie internetowej odnaleźć można produkt o nazwie „parówki delikatesowe” oraz czy produkt o spornej nazwie „parówki cielece” (oznaczony indeksem 13-04) umieszczony w ofercie przedsiębiorcy na jego stronach internetowych jest innym produktem aniżeli ten kwestionowany i ewentualnego nadesłania etykiety opakowania zbiorczego produktu z oferty internetowej o nazwie „parówki cielece”. W odpowiedzi Zakłady poinformowały, iż produkt „parówki cielece” otrzymał nową nazwę w dniu 28.11.2007r. na podstawie „Protokołu zmiany indeksu i nazwy” Na potwierdzenie

powyższego Firma „Sobkowiak” nadesłała faktury VAT, z których wynika, że w obrocie przedsiębiorca stosuje nazwę „parówki delikatesowe” (*pismo Zakładów z dnia 20.12.2007r. wraz z załącznikami- k. 45-50 akt adm.*). Ponadto Przedsiębiorca wskazał, iż internetowa strona Zakładów jest aktualizowana jeden raz w miesiącu. Pan Ireneusz Sobkowiak dokonał jednocześnie aktualizacji oferty handlowej i zamiast produktu oznaczonego „parówki cielece” wprowadził nowe oznaczenie: „parówki delikatesowe”.

Prezes Urzędu ustalił co następuje:

Ireneusz Sobkowiak prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Zakłady Mięsne „Sobkowiak” z siedzibą w Siedlcu zajmuje się m.in. : produkcją mięsa, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików, produkcją konserw, przetworów z mięsa, podrobów mięsnych i krwi, sprzedażą hurtową i detaliczną mięsa i jego wyrobów. Firma realizuje swoją działalność produkcyjną w pięciu jednostkach produkcyjnych na terenie województwa wielkopolskiego. Przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej (*zaświadczenie o dokonaniu zmiany wpisu do ewidencji działalności gospodarczej z dnia 24.04.2007- k. 31 akt adm.*).

Zakłady sprzedają swoje wyroby na terenie czterech województw: wielkopolskim, lubuskim, zachodniopomorskim i dolnośląskim w ponad {usunięto} sklepach i stoiskach.

W dniach 19, 20 i 25 lipca 2007 r. Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Poznaniu (dalej: Inspektorat) przeprowadził kontrolę jakości handlowej i prawidłowości oznakowania mięsa i przetworów mięsnych sprzedawanych w sklepie mięsnym należącym do {usunięto}. W toku w/w kontroli zakwestionowano m. in. oznakowanie opakowania zbiorczego o nazwie „parówki cielece” produkcji Zakłady Mięsne „Sobkowiak” Ireneusz Sobkowiak z siedzibą w Siedlcu, przy ul. Wolsztyńskiej 54 (*protokół kontroli Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Poznaniu, Delegatura w Kaliszu z dnia 19.07.2007r.- k. 9-17 akt adm., protokół oględzin z dnia 19.07.2007r.- k. 5-8 akt adm.*)

W toku kontroli ustalono następujący stan faktyczny: „parówki cielece” są wg klasyfikacji stosowanej przez Zakłady wędlinami drobnorozdrobnionymi. W skład produktu wchodzi: mięso wieprzowe 52%, mięso wołowe 19,5%, tłuszcz wieprzowy 4,5%, tkanka łączna wieprzowa 1,9%, woda, sól, przyprawy naturalne, wzmacniacz smaku i zapachu E-621, przeciwutleniacz E-315, konserwant E-250.

Opakowanie produktu jest następujące:

- folia termozgrzewalna stanowiąca opakowanie zbiorcze o masie ok. 2 kg
- w górnej części folii umieszczona etykieta z opisem produktu
- etykieta z danymi: I. E. Sobkowiak Zakłady Mięsne, siedzibą przedsiębiorcy wraz z podanym nr telefonu, parówki cielece, skład surowcowy, informację o sposobie przechowywania produktu oraz o terminie przydatności do spożycia, który stanowi równocześnie nr partii produkcyjnej produktu, wskazanie, iż opakowanie jest jednorazowe oraz oznaczeniem w owalu PL 30290208 WE .

W opinii Inspektoratu opakowanie to jest niezgodne z art. 6 ust. 5 ustawy o jakości, § 9 ust. 1 pkt 1 i 3 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju wsi z dnia 10 lipca 2007r. w sprawie znakowania środków spożywczych (Dz.U. z 2007r., Nr 137, poz. 966), a ponadto art. 46 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy z dnia 25 sierpnia 2006r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (Dz.U. z 2006r., Nr 171, poz. 1225). W związku z powyższym, Inspektorat, pismem z dnia 22 sierpnia 2007 r., zwrócił się do firmy „Sobkowiak” o podjęcie działań

mających na celu wprowadzanie do obrotu produktów w opakowaniach zgodnych z obowiązującymi przepisami.

Zakłady, udzielając odpowiedzi na pismo Inspektoratu, poinformowały iż nazwa „parówki cielece” została wprowadzona z uwagi na zastosowanie jako składnika surowcowego przyprawy do kielbas o nazwie „Parówka Cieleca”. W załączeniu przedsiębiorca przedstawił etykietę przyprawy do kielbas o nazwie „Parówka Cieleca”, której producentem jest firma Techno-Food z siedzibą w Szczecinie (*pismo zakładów z dnia 19.09.2007r.-k. 3. akt adm.*) Kolejnym pismem z dnia 21 września 2007r. Inspektorat ponownie wskazał firmie „Sobkowiak”, iż oznakowanie towaru w sporny sposób przy jednoczesnym braku udziału mięsa cielecego wprowadza konsumenta w błąd, co do tożsamości tego artykułu, w tym m.in. co do jego składu. Ponadto Inspektorat zobowiązał przedsiębiorcę do dostosowania oznakowania w/w wyrobu do obowiązujących przepisów. W piśmie z dnia 01 października 2007r. Zakłady oświadczyły, iż oznakowanie produktu etykietą z nazwą „parówki cielece” zostanie zmienione po wyczerpaniu zapasu etykiet znajdujących się na magazynie przedsiębiorcy oraz , iż sporne etykiety zostaną zużyte w ciągu najbliższych 6 miesięcy (*pismo Zakładów z dnia 01.10.2007r.- k. 1 akt adm.*).

Do listopada 2007r. Firma „Sobkowiak osiągnęła przychód w wysokości {usunięto}zł.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000 Nr 98, poz. 1071 z późn. zm.), pismem z dnia 21 grudnia 2007r. Przedsiębiorca został poinformowany o możliwości zapoznania się z materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach sprawy. W wyznaczonym terminie Przedsiębiorca nie skorzystał z tej możliwości.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga więc spełnienia dwóch przesłanek:

- bezprawności działania oraz
- naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Bezprawność, do której odwołuje się ustawodawca, tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z prawem. Stanowisko takie znajduje oparcie w uzasadnieniu projektu rządowego ustawy nowelizacyjnej z dnia 5 lipca 2002 r. (Dz. U. nr 129, poz. 1102), która wprowadziła do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z którym „same przepisy art. 23a – 23d ustawy nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.” Pogląd ten mimo, iż odnosi się do poprzednio obowiązujących przepisów ustawy, pozostaje nadal aktualny. Pojęcie „porządek prawny” obejmuje zatem nakazy i zakazy wynikające z normy prawnej, a także nakazy i zakazy wynikające z norm moralnych i obyczajowych określanych, jako zasady współżycia społecznego. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Przy jej ocenie rozważyć należy każdorazowo kwestię, czy czyn sprawcy był zgodny, czy też niezgodny z obowiązującymi zasadami porządku prawnego.

Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego - jako reguły postępowania wyznaczone przez nakazy i zakazy wynikające z norm prawa pozytywnego (w szczególności prawa cywilnego, karnego, administracyjnego, pracy, finansowego, ustaw i aktów prawnych regulujących poszczególne dziedziny gospodarki, itp.) oraz nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego, czyli tzw. dobre obyczaje (por.: G. Bieniek, Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga III. Zobowiązania. Tom I, Warszawa 2006, także Lex Polnica). O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego (uzasadnienie do I PKN 267/2001 wyrok Sądu Najwyższego – Izba Administracyjna – Lex Polonica).

Sąd Najwyższy wskazał, że o bezprawności działania można mówić wówczas, gdy nie zachodzi żadna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających określone działanie, tj. działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy, wykonywanie prawa podmiotowego, zgoda pokrzywdzonego oraz działanie w obronie uzasadnionego interesu (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 19.10.1989 r. II CR 419/89 OSP 1990/11-12 poz. 377).

W art. 24 ust. 2 w/w ustawy zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten wymienia między innymi naruszenie prawa konsumenta do uzyskania rzetelnej i wyczerpującej informacji oraz czyny nieuczciwej konkurencji naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie należy ocenić jako bezprawne, gdy przedsiębiorcy podejmują działania sprzeczne z ustawą lub nie wykonują obowiązków, które na nich ciążyą. Przykład takiego zachowania może stanowić niedopełnianie obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcach z mocy ustaw szczególnych.

W odniesieniu do działań firmy „Sobkowiak”, polegających na wprowadzającym w błąd oznaczeniu produktu, ich bezprawność można wywieść z przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych.

W myśl art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników (...) lub innych istotnych cech towarów. Do powyższych definicji nawiązuje art. 6 ust. 5 ustawy o jakości, który zakazuje oznakowania produktu mogącego wprowadzić w błąd co do (...) rodzaju, właściwości, składu produktu, a także sugerującego, iż artykuł posiada specjalne właściwości, jeżeli ich nie posiada. Generalnie ujmując, w/w przepisy zakazują działania mogącego wprowadzić w błąd poprzez nieprawdziwe oznaczenie towarów lub usług.

Zgodnie z dominującym w doktrynie poglądem, wystarczająca jest potencjalna możliwość wywołania błędu (E. Nowińska, M. du Val, Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, LexisNexis Warszawa 2001, s. 79). Dzieje się to wtedy, gdy informacje zamieszczone na towarze mogą wpłynąć na decyzję konsumenta co do nabycia towaru.

W przedmiotowej sytuacji, Zakłady nazwały swój produkt „parówki cielejące”. Takie oznaczenie towaru wprost daje do zrozumienia, iż produkt przynajmniej w większej części składa się ze składników pochodzących z cielęciny: mięsa lub podrobów. Po analizie składu surowcowego umieszczonego na etykiecie na opakowaniu zbiorczym w/w wyrobu okazuje się jednak, iż przedsiębiorca wyprodukował produkt bez użycia cielęciny.

Firma „Sobkowiak” powołała się na fakt, iż w skład oferowanego przez nią wyrobu wchodzi przyprawa o nazwie „Parówka Cielęca” w dowód czego załączyła do akt niniejszej sprawy opakowanie po w/w przyprawie, której producentem jest Techno-Food z siedzibą w Szczecinie (*pismo Zakładów z dnia 19.09.2007r.- k. 3 akt adm.*). Pamiętać jednak należy, iż istnieje zasada uczciwego obrotu handlowego. W opinii Prezesa Urzędu, jeżeli przedsiębiorca wytwarza produkt, który w składzie nie ma choćby „skromnego” udziału określonego składnika, a nazywa ten produkt w sposób wywołujący wrażenie, że składa się co najmniej w większości z tego składnika, to jest to niewątpliwie nieuczciwe działanie. Nie ma znaczenia fakt, iż skład podany na etykiecie (tuż pod nazwą produktu) jest prawidłowy.

Firma „Sobkowiak” podniosła, iż posiada na magazynie zapasy etykiet na opakowania zbiorcze produktu o nazwie „parówki cielęce” i dopiero po ich wykorzystaniu (według oświadczenia przedsiębiorcy w okresie najbliższych 6 miesięcy) wycofa je z obiegu i wprowadzi nowe etykiety. W opinii Prezesa Urzędu takie argumenty nie zasługują na uwzględnienie. Nazwa produktu musi odpowiadać prawdziwemu składowi produktu. Co więcej, Zakłady, jako profesjonalny podmiot na rynku przetworów z mięsa, powinny dochować szczególnej staranności w oznakowaniu swoich produktów, tak aby uniknąć wszelkich wątpliwości i niejasności. Szczególnie ze względu na fakt, iż konsument jest słabszym uczestnikiem obrotu, nie zawsze uważnym przy dokonywaniu transakcji i to do obowiązków przedsiębiorcy należy udzielenie rzetelnej i pełnej informacji.

Oczywiście przeciętny konsument zdaje sobie sprawę, iż parówek cielęcych nie wytwarza się tylko i wyłącznie z mięsa cielęcego, gdyż byłby to produkt nie nadający się do spożycia (ze względów smakowych). Do produkcji parówek cielęcych używa się więc mieszaniny mięsa i dodatków m. in. tłuszczu, tkanki łącznej i przypraw.

Z informacji dotyczących składu produktu wynika, iż przeważającym składnikiem są mięsa: wieprzowe i wołowe. Nie ma natomiast w składzie mięsa cielęcego. W tej sytuacji produkt powinien nazywać się konsekwentnie „parówki wieprzowe” lub „parówki wołowe”. Wobec braku użycia cielęciny przy produkcji, Zakłady nie mogą, zdaniem Prezesa Urzędu, używać nazwy „parówki cielęce”.

Nie ulega wątpliwości, iż oznakowanie przedmiotowego produktu może wywoływać pomyłki u konsumentów. Tym samym działanie Spółki jako wypełniające przesłanki art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz art. 6 ust. 5 ustawy o jakości, należy uznać za bezprawne.

Przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni interesy ogółu konsumentów, większej ich grupy. W odniesieniu do konsumentów ustawa chroni interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zidentyfikować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, którą zarzucono Przedsiębiorcy jest oznakowanie produktu o nazwie „parówki cielęce” w sposób wprowadzający w błąd. Zakłady sprzedają swoje wyroby, w tym kwestionowany produkt o nazwie „parówki cielęce”, na terenie czterech województw w Polsce, tj. wielkopolskim, lubuskim, zachodniopomorskim i dolnośląskim, w sieci ponad {usunięto} sklepów oraz stoisk. Zgodnie z informacją umieszczoną na stronie internetowej firmy „Sobkowiak” w sklepach i na stoiskach firmowych

sprzedawane jest {usunięto} łącznej produkcji Zakładów. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw bliżej nieokreślonej liczby konsumentów, zarówno tych, którzy już dokonali zakupu przedmiotowego produktu, jak i potencjalnych nabywców, zwłaszcza, że produkt znajduje się w placówkach handlowych na terenie czterech województw. Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu klientów zarówno obecnych, jak i przyszłych. Dodatkowo, umieszczenie w ofercie na stronach internetowych firmy „Sobkowiak” w/w produktu oznaczonego nazwą „parówki cielece” powoduje powiększenie kręgu potencjalnych konsumentów wprowadzonych w błąd.

Jednym z podstawowych praw konsumentów jest prawo do bezpieczeństwa ekonomicznego, którego składową jest możliwość świadomego podejmowania decyzji w zakresie dokonywania wyboru dóbr i usług. Nie ulega wątpliwości, iż wprowadzające w błąd oznaczenie towaru uniemożliwia konsumentowi podjęcie racjonalnej, wolnej od manipulacji decyzji opartej na rzeczywistym stanie faktycznym. Z uwagi na to, iż nieprawidłowe oznakowanie towaru ogranicza bezpieczeństwo ekonomiczne konsumentów, w przedmiotowym przypadku uznano, iż sprzeczne z prawem działania Zakładów godzą w interesy konsumentów.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, powyższe działanie należy kwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na stosowaniu czynu nieuczciwej konkurencji, tj. oznaczenia produktu wprowadzającego w błąd co do istotnych cech tego produktu.

W związku ze spełnieniem obu przesłanek, należy zachowanie Przedsiębiorcy uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Przedsiębiorca początkowo nie przyznał się do stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzające w błąd oznakowanie produktu o nazwie „parówki cielece”. Twierdził, że nazwa „parówki cielece” wiąże się ze stosowaną w trakcie produkcji wyrobu przyprawą o tej samej nazwie produkowaną przez firmę Techno-Food z siedzibą w Szczecinie (*pismo przedsiębiorcy z dnia 19.09.2007r.-k. 3 akt adm.*) Zapowiedział także, iż wycofa z obiegu produkty oznaczone sporną etykietą „parówki cielece” po wyczerpaniu zapasu etykiet znajdujących się w magazynie Zakładów, w ciągu najbliższych 6 miesięcy (*pismo Zakładów z dnia 01.10.2007r.- k. 1 akt adm.*). W toku postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Prezes Urzędu zobowiązał Zakłady do przekazania dokumentów, z których wynika, iż zaprzestał stosowania w/w bezprawnej praktyki. Właściciel firmy - Pan Ireneusz Sobkowiak wskazał, iż produkt znakowany dotychczas jako „parówki cielece” aktualnie nosi nazwę „parówki delikatesowe”. Nie przedstawił jednak, poza przesłaniem wzoru nowej etykiety, żadnych dowodów potwierdzających zaprzestanie stosowania przedmiotowej praktyki. W wyniku czynności sprawdzających Prezes Urzędu ustalił ponadto, iż na stronach internetowych Przedsiębiorcy, w zakładce „oferta”, podtytułe „wyroby drobnorozdrobnione”, widnieje produkt o nazwie „parówki cielece” o nr indeksu 13-04. Produkt ten jest tożsamy z kwestionowanymi „parówkami cielecymi” (*wydruk ze strony internetowej przedsiębiorcy z dnia 06.12.2007r.- k. 34-35 akt adm.*). W odpowiedzi na zarzut, iż Zakłady w dalszym ciągu stosują praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, Firma „Sobkowiak” przedłożyła „Protokół zmiany indeksu i nazwy” z dnia 28.11.2007r. oraz trzy faktury VAT, z których to dokumentów wynika, iż Przedsiębiorca zastąpił produkt „parówki cielece” produktem

o nowej nazwie „parówki delikatesowe”. Ponadto Zakłady zaktualizowały swoją ofertę handlową umieszczoną na stronach internetowych firmy. Ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ciąży na przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca wykazał w należyty sposób, iż zaprzestał stosowania oznaczenia produktu w sposób wprowadzający w błąd.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu ma kompetencje do ukarania Przedsiębiorcy poprzez nałożenie na niego kary pieniężnej w wysokości 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeśli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość kar nakładanych na przedsiębiorców. W art. 111 przykładowo jedynie wskazano, iż Prezes Urzędu winien wziąć pod uwagę okres, stopień, okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenia przepisów ustawy. Jest jednak oczywiste, iż na wysokość kary musi mieć również wpływ stopień zagrożenia lub naruszenia interesu publicznoprawnego stosowanymi praktykami ograniczającymi konkurencję. Ponadto orzecznictwo wskazuje, że w przypadku kar przesłankami, które należy brać pod uwagę, są m.in.: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć (por.: wyrok Sądu Najwyższego z 27.06.2000 r., sygn.akt I CKN 793/98).

W roku podatkowym 2007 Zakłady Mięsne „Sobkowiak” osiągnęły przychód w wysokości {usunięto} zł. Maksymalna kara mogła zatem wynieść {usunięto} zł.

Nakładana przez Prezesa Urzędu kara finansowa pełni trojaka funkcję: represyjną, prewencyjną i edukacyjną. Prezes Urzędu doszedł do wniosku, iż brak w niniejszym przypadku konieczności represyjnego oddziaływania na przedsiębiorcę. Wydając decyzję w niniejszej sprawie Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż Przedsiębiorca po raz pierwszy naruszył przepisy ustawy w części dotyczącej stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto należało uwzględnić inną okoliczność łagodzącą, iż Przedsiębiorca skorygował treść etykiety umieszczanej na zbiorczym opakowaniu spornego wyrobu i wprowadził do obrotu w/w produkt pod nową, niewprowadzającą w błąd nazwą „parówki delikatesowe”. Z drugiej jednak strony, podkreślić należy, iż przedsiębiorca wprowadzał do obrotu towar opatrzony wprowadzającą w błąd nazwą w ponad {usunięto} sklepach na terenie czterech województw. Praktyka ta była zatem szeroko stosowana. Należy także wziąć pod uwagę funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymywać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. W ocenie Prezesa Urzędu funkcję taką spełni należycie kara w wysokości 10 000,00 zł.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – 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 - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Jarosław Krüger

Otrzymują:

1/ Zakłady Mięsne „Sobkowiak”
Ireneusz Sobkowiak
ul. Wolsztyńska 54
64-212 Siedlec
2/ a/a