

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

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5
tel. (071) 34 05 920, fax (0-71) 34 05 922
e-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

RWR-61-S-13/03/AW/

Wrocław, 06.11.2003r.

DECYZJA NR RWR 34/2003

Na podstawie art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (j.t. Dz. U. z 2003 r. Nr 86 poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. *w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. nr 18 poz. 172 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Czesławowi Siwko, przedsiębiorcy prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo-Produkcyjne „KOMFORT”, ul. Wilcza 39 w Złotoryi - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: **uznaje się działanie ww. przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, wskazaną w art. 23a powołanej ustawy, polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez informowanie, że produkowane przez przedsiębiorcę towary posiadają właściwości zdrowotne czy lecznicze, podczas gdy istnienie tych właściwości nie zostało potwierdzone żadnymi dokumentami czy przeprowadzonymi badaniami **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania**.

UZASADNIENIE

I. Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu wpłynęło pismo Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej we Wrocławiu (dalej: IH), informujące o kontroli przeprowadzonej w Przedsiębiorstwie Handlowo-Produkcyjnym „KOMFORT”, ul. Wilcza 39 w Złotoryi (dalej: PHP „KOMFORT”), którego właścicielem jest Czesław Siwko. Kontrola została przeprowadzona wskutek skargi konsumentkiej, złożonej w związku z poniesionym przez skarżącego Konsumenta uszczerbkiem na zdrowiu spowodowanym - jak stwierdził - korzystaniem z wyrobów produkowanych przez PHP „KOMFORT”.

Dowód: karta 1, 4.

1. Mając na uwadze informacje zawarte w piśmie IH oraz dołączoną dokumentację, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu), postanowieniem nr 342 z dnia 25 września 2003r., wszczął z urzędu **postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**, w związku z możliwością stosowania przez Czesława Siwko, przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo-Produkcyjne „KOMFORT” w Złotoryi, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez informowanie, że produkowane przez przedsiębiorcę towary posiadają właściwości zdrowotne czy lecznicze, podczas gdy istnienie tych właściwości nie zostało potwierdzone żadnymi dokumentami czy przeprowadzonymi badaniami, co może stanowić naruszenie art. 23a ustawy *o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej: *ustawa o ochronie...*).

Dowód: karta 8.

2. Ustosunkowując się do postawionych zarzutów, właściciel PHP „KOMFORT” nie zgodził się z nimi twierdząc, że nigdy nie produkował wkładek zdrowotnych czy leczniczych potwierdzanych atestami, lecz produkuje wyłącznie wkładki do obuwia. Wyjaśnił ponadto, że wkładki produkowane są z wyrobów naturalnych, więc przyjął tym samym, że należy je uznać za zdrowotne. Korzystanie z wkładek produkowanych przez PHP „KOMFORT” - zdaniem jego właściciela - ma na celu udogodnienie w poruszaniu się i poprawienie komfortu i higieny stóp w różnych porach roku.

Dowód: karta 11.

II. Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

1. Czesław Siwko, przedsiębiorca wykonujący działalność gospodarczą pod nazwą: Firma „KOMFORT” - według wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, prowadzonej przez Burmistrza Miasta Złotoryja, pod numerem 110/89. W obrocie występuje także pod nazwą Przedsiębiorstwo Handlowo-Produkcyjne „KOMFORT” w Złotoryi. Przedmiotem działalności PHP „KOMFORT” jest m.in. produkcja wkładek do obuwia.

Dowód: karta 12.

2. Do IH trafiła skarga Konsumenta, który podał, że zakupił parę podpiętek produkowanych przez PHP „KOMFORT”. Skarżący stwierdził, że wskutek używania podpiętek doznał uszczerbku na zdrowiu, a następnie został poddany długotrwałemu leczeniu, na co posiada zaświadczenie lekarskie. W konsekwencji Konsument uznał, że „pełną odpowiedzialność za spowodowane kalectwo ponosi Firma „Komfort”, co zostało stwierdzone przez lekarza chirurga”. Poinformował także, że zwrócił się do właściciela Firmy „Komfort” z roszczeniem należnego odszkodowania, który uchylił się od odpowiedzialności i nie odpowiada na dalsze pisma.

Dowód: karta 4.

3. Kontrola w PHP „KOMFORT”, była prowadzona przez inspektorów IH pod względem prawidłowości wprowadzania do obrotu produkowanych wyrobów. Badaniem objęto m.in. następujące produkty: wkładki przeciwpotliwe, wkładki profilowane korygujące wady wzrostu, wkładki przeciwgrzybiczne, podkładki korygujące wady wzrostu, krażki na bolesne stwardnienia, zapobiegające naciskowi i otarciu obuwia, zapiętki zmniejszające możliwość otarcia i zmęczenia.

Oznaczenia handlowe badanych partii wyrobów składały się z nazwy wyrobu, nazwy i adresu producenta, składu surowcowego wyrobu, konkretnego przeznaczenia wkładek. Ponadto na oznaczeniu towarów podano dodatkowe informacje o wyrobach produkowanych przez PHP „KOMFORT”, np.: wkładki higieniczne, wkładki zdrowotne oraz hasła reklamowe: „stosując nasze wyroby zadbasz o zdrowie swoich nóg i poprawisz komfort w użytkowaniu obuwia”.

Inspektorom nie okazano jakichkolwiek świadectw jakości, atestów lub innych dokumentów, uzasadniających umieszczenie na opakowaniu informacji o treści: przeciwgrzybiczne, wkładki zdrowotne, podpiętki korygujące wady wzrostu, itp.

Dowód: karta 2-3.

4. Wśród dokumentów złożonych przez IH w przedmiotowej sprawie, jest notatka służbowa pracownika IH, sporządzona z wypowiedzi kierownik Instytutu Żywności i Przedmiotów Użytkowych Państwowego Zakładu Higieny w Warszawie. Wynika z niej m.in., że nie ma przepisów, które zobowiązują producentów wkładek do obuwia do uzyskania atestów, natomiast fakt, że są wyprodukowane z naturalnych surowców, tj. korek, skóra filc, w żadnym przypadku nie może świadczyć o tym, że wyrób posiada jakieś właściwości bez poparcia odpowiednim dokumentem.

Dowód: karta 7.

5. Na ulotkach reklamowych wyrobów produkowanych przez PHP „KOMFORT” są następujące informacje:

- „Podpiętka. Koryguje wady wzrostu. Zmniejsza możliwości otarcia. Zmniejsza zmęczenie stóp. Kup, spróbuj efekt zaskakujący ! Korkowa. Kryta naturalnym lateksem 100%. Kryta naturalną skórą”.

- „WKŁADKI ZDROWOTNE. Wkładki profilowane, podpiętki na ostrogi i skosy, rozpórki, poduszki pod stopy, krążki na odciski i stwardnienia bolesne”.

- „STOSUJĄC NASZE WYROBY ZADBASZ O ZDROWIE SWOICH NÓG I POPRAWISZ KOMFORT W UŻYTKOWANIU OBUWIA”.

Dowód: karta 13, 15.

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

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

Z kolei ust. 2 tego artykułu wymienia przykładowo, na czym może polegać praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów. Jest nią m.in. stosowanie przez przedsiębiorcę nieuczciwej lub wprowadzającej w błąd reklamy i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

Do stwierdzenia praktyki z art. 23a ustawy *o ochronie...* konieczne jest wykazanie, że spełnione zostały łącznie następujące przesłanki:

- 1) bezprawność działań przedsiębiorcy,
- 2) godzenie tymi działaniami w interes konsumentów,
- 3) naruszenia tymi działaniami zbiorowego interesu konsumentów.

Ad 1. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Aktem prawnym, w oparciu o który powinna być rozpatrywana niniejsza sprawa jest ustawa z dnia 16 kwietnia 1993r. *o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji* (Dz. U. Nr 47, poz. 211 z późn. zm.), dalej „uznk”. Ustawa ta w art. 3 wskazuje, co jest czynem nieuczciwej konkurencji, natomiast w ust. 2 precyzuje, że jest nim m.in. wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług. Następnie, w art. 16 ust. 1 pkt 2 uznk podaje, że czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi.

Zdaniem Prezesa Urzędu, PHP „KOMFORT”, posługując się w oznaczeniach swoich wyrobów terminami: „wkładki zdrowotne”, „podpiętki korygujące wady wzrostu”, czy „stosując nasze wyroby zadbasz o zdrowie...”, wprowadza konsumentów w błąd, gdyż sugeruje istnienie jakichś szczególnych właściwości owych towarów, podczas gdy w rzeczywistości ich nie posiadają. Konsumenty, widząc taką informację podejmują decyzje o

zakupie, działając w przekonaniu, że np. wkładki wpłyną korzystnie na ich stan zdrowia. Tym samym takie oznaczenie może wpływać na nich odnośnie zamiaru nabycia tych produktów.

O tym, że takiego rodzaju zachwalanie towarów jest nieuzasadnione świadczy fakt, że istnienie właściwości, na które wskazuje PHP „KOMFORT”, nie zostało potwierdzone żadnymi dokumentami czy przeprowadzonymi badaniami.

Nie kwestionując, że towary PHP „KOMFORT” produkowane są z wyrobów naturalnych, nie można zgodzić się z twierdzeniem, że mają one jednocześnie charakter zdrowotny. Takie stanowisko prezentuje także IH po analizie dokumentów kontroli i wyjaśnieniu sprawy w Instytucie Żywności i Przedmiotów Użytkowych Państwowego Zakładu Higieny w Warszawie (vide: pkt 4 str. 2 decyzji).

Z powyższego wynika więc, że stosując wprowadzające konsumentów w błąd oznaczenia swoich towarów, PHP „KOMFORT” naruszył art. 3 i 16 ust. 1 pkt 2 uznk.

Tym samym należy uznać działanie PHP „KOMFORT” w zakresie oznaczeń wkładek do obuwia za bezprawne, co jednocześnie uzasadnia stwierdzenie, że została spełniona pierwsza z trzech ww. przesłanek, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy.

Ad 2. Przechodząc do analizowania kolejnej przesłanki należy wyjaśnić, w jaki sposób bezprawne działanie zachowanie PHP „KOMFORT” godzi w interes konsumentów.

Otóż, jak już wskazano w punkcie poprzednim, przedsiębiorca, który podaje do wiadomości potencjalnych nabywców towaru, że posiada on jakieś specjalne właściwości - gdy w rzeczywistości ich nie potwierdzono - jest działaniem wprowadzającym ich w błąd. Zrozumiałe jest, że producent (sprzedawca) zachęca do nabywania danego towaru, należy jednak wskazać, iż rolą przekazu reklamowego jest nie tylko promowanie tego produktu i namawianie konsumentów do jego zakupu, ale również rzetelne i zgodne z prawdą informowanie ich o towarze, jego cechach użytkowych, właściwościach i przeznaczeniu. W przedmiotowej sprawie oznaczenia na towarach PHP „KOMFORT” nie mieściły się w ramach rzetelnej i prawdziwej informacji, lecz przybrały wymiar nieuczciwej reklamy, opisaney w 16 ust. 1 pkt 2 uznk, czyli takiej, która wywołuje u konsumentów błędne wyobrażenie o produkcie, które wpływa na ich decyzję o zakupie. Klient po otrzymaniu informacji, że towar posiada określone, atrakcyjne dla niego właściwości może szybciej zdecydować się na zakup, niż w sytuacji, gdyby takich informacji nie otrzymał. Działanie przedsiębiorcy nierzetelnie zachwalającego produkowane przez siebie towary może być uznane za wprowadzające klientów w błąd nawet wtedy, gdy do nabycia tego towaru nie doszło. Ponadto, wskazany artykuł 16 ust. 1 pkt 2 uznk, nie wymaga, aby wprowadzenie w błąd rzeczywiście nastąpiło, wystarczy, jeśli istnieje takie zagrożenie.

Twierdzenie, że PHP „KOMFORT” oznaczając swoje produkty w zakwestionowany wyżej sposób godzi w interesy konsumentów, jest zasadne przede wszystkim z tego powodu, że odwołuje się do tematyki zdrowia. Przeciętny konsument jest bardziej podatny na informacje, że dany produkt ma właściwości lecznicze, mogące wywrzeć pozytywny wpływ na jego zdrowie, niż na oznaczenia typu „wygodny, komfortowy, higieniczny”, które są pojęciami bardziej neutralnymi i nie tak oczywistymi jak te, które odwołują się wprost do profilaktyki czy leczenia schorzeń. O tym, że produkty PHP „KOMFORT” nie tylko nie są zdrowotne, ale mogą spowodować niekorzystny wpływ na zdrowie ich użytkowników, może świadczyć przypadek konsumenta, opisany w jego skardze (vide: karta 4).

Tak więc PHP „KOMFORT”, oznaczając swoje produkty jako „zdrowotne”, podczas gdy właściwości te nie zostały potwierdzone badaniami lub w inny sposób udowodnione, jest działaniem wprowadzającym konsumentów w błąd, a tym samym godzącym w ich interesy. Przy czym było to działanie świadome i zamierzone, mające na celu skłonienie klientów do zakupu wkładek i podpiętek, poprzez informowanie i zachwalanie o ich właściwościach zdrowotnych, które nie zostały w sposób obiektywny potwierdzone. To z kolei powoduje, że została spełniona druga z trzech ww. przesłanek.

Ad 3. Ustawa *o ochronie...* nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 23a ust. 1 zd. 2, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Działanie PHP „KOMFORT”, polegające na wprowadzającym konsumentów w błąd oznaczaniu swoich produktów, narusza interesy nieoznaczonej liczby obecnych użytkowników, jak i potencjalnych nabywców tych towarów. Aktualnie używana informacja o „zdrowotnym” charakterze wkładek funkcjonując w obrocie handlowym z konsumentami, może oddziaływać na ich decyzje odnośnie nabycia tych produktów. Zatem nieokreślony krąg kupujących może zostać wprowadzony w błąd wskutek nieprawdziwych informacji, które podaje PHP „KOMFORT”. W tym stanie rzeczy należy uznać, że naruszony został zbiorowy interes konsumentów, a tym samym spełniona ostatnia z trzech ww. przesłanek.

Wobec jednoczesnego spełnienia wszystkich trzech przesłanek należało zachowanie PHP „KOMFORT” uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ustawy o ochronie..., i nakazać zaniechanie jej stosowania, czyli usunięcie napisów wprowadzających konsumentów w błąd, poprzez sugerowanie istnienia zdrowotnych właściwości, produkowanych przez PHP „KOMFORT”, wkładek do obuwia.

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

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

Mając powyższe na uwadze, należało orzec jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust 1 ustawy *o ochronie...* w związku z art. 479²⁸ k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów we Wrocławiu.

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