

DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 31. 12. 2008r.

RKT – 61 – 54/07/AD

DECYZJA Nr RKT - 103 /2008

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 134, poz. 939),

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko „Dialog” Sp. z o.o., ul. Bpa Bromboszcza 11, 43 – 190 Mikołów:

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę stosowaną przez „Dialog” Sp. z o.o. w Mikołowie polegającą na** stosowaniu reklamy wprowadzającej w błąd i mogącej przez to wpłynąć na decyzję klientów, co do nabycia towaru lub usługi, co jest niezgodne z art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t. j. Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), a poprzez to za niezgodną z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**
- II. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000r., Nr 98, poz. 1071 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **umarza się** wszczęte z urzędu postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem podejmowania przez „Dialog” Sp. z o.o. bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:
 1. Niedopełnieniu określonego w art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) obowiązku polegającego na informowaniu konsumentów na piśmie przed zawarciem umów poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie odstąpienia od tych umów w terminie dziesięciu dni od ich zawarcia bez podawania przyczyn, poprzez co mogło dojść do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co może być niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
 2. Stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na podejmowaniu działań wprowadzających w błąd, które powodują lub mogą powodować podjęcie przez

konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął w zakresie cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzonych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem, do czego mogło dojść w wyniku posługiwaniu się w obrocie konsumenckim atestami dotyczącymi produktów innych niż sprzedawane konsumentom urządzenia filtrujące wodę, co może być niezgodne z art. 5 ust. 1 i 3 pkt. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) oraz z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na „Dialog” Sp. z o.o., ul. Bpa Bromboszcza 11, 43 – 190 Mikołów, karę pieniężną w wysokości 3000 zł (słownie: trzech tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt. I sentencji niniejszej decyzji.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się „Dialog” Sp. z o.o., ul. Bpa Bromboszcza 11, 43 – 190 Mikołów, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 83 zł (słownie: osiemdziesięciu trzech złotych).

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także Prezesem Urzędu) Postanowieniem Nr 1 z dnia 31. 12. 2007r. (dowód: karta nr 1) wszczęto z urzędu niniejsze postępowanie administracyjne w sprawie stosowania przez „Dialog” Sp. z o.o. (zwaną dalej także spółką, stroną lub przedsiębiorcą) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Postanowieniem Nr 2 z dnia 07. 01. 2008r. (dowód: karta nr 3) zaliczono w poczet dowodów dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego o sygnaturze akt RKT-403-37/07/AD. Niniejsze dokumenty dały podstawy do przyjęcia, iż w niniejszej sprawie zachodzi podejrzenie stosowania praktyk wymienionych w pkt. I oraz II 1 sentencji tej decyzji, wobec czego konieczne było podjęcie dalszych czynności. W toku postępowania spółka kilkakrotnie wyrażała swoje stanowisko w kierowanych do Urzędu pismach, które szczegółowo zostaną opisane poniżej. Do tut. Urzędu wpłynęło także zawiadomienie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach z dnia 11. 03. 2008r. (sygn. akt SMK.6463/4/08, dowód: karty nr 193 – 194), w którym zarzucił on spółce stosowanie praktyki polegającej na posługiwaniu się w obrocie atestami, które nie odnoszą się do sprzedawanych przez niego produktów. W tych okolicznościach, Postanowieniem Nr 3 z dnia 11. 04. 2008r. (dowód: karta nr 210) przedmiotowe postępowanie rozszerzono o zarzut opisany w pkt. II 2 niniejszej decyzji. W toku postępowania spółka złożyła obszernie wyjaśnienia także i w tym zakresie. Po zgromadzeniu materiału dowodowego została ona zawiadomiona o zakończeniu jego zbierania (dowód: karta nr 251), po czym zarówno spółka reprezentowana przez swego Prezesa Zarządu, jak i jej pełnomocnik, skorzystali z prawa do zapoznania się z aktami sprawy (dowód: karty nr 252 i 253).

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

„Dialog” Sp. z o.o. działa od czerwca 2004r. na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000209779 (dowód: karty nr 8 – 12, 169 – 172, 219 – 225). W ramach prowadzonej działalności spółka prowadzi sprzedaż filtrów do wody, których producentem jest Amii Sp. z o.o. z Łodzi (dowód: karty nr 17).

Spółka poinformowała, że konsumenci mają możliwość zapoznania się z parametrami sprzedawanych przez nią produktów, gdyż te są opisane w folderze reklamowym wręczanych konsumentom przed zakupem (dowód: karta nr 7). Okoliczność wykorzystywania folderu reklamowego przedsiębiorca udokumentował przekazując ten folder (dowód: karty nr 19 – 21), który na pierwszej stronie zawiera hasło reklamowe „ULECZ SWOJĄ WODĘ A ONA ULECZY CIEBIE”. W analizowanym folderze formatu A4 przedstawiono argumenty przemawiające za filtrowaniem wody wskazując, że zawiera ona wiele nieprzyjaznych organizmowi toksyn i związków chemicznych oraz, że właściwie nie ma możliwości zaopatrzenia się w wodę odpowiednio czystą i o odpowiednich parametrach. W folderze tym wskazano również na korzyści, jakie daje spożywanie oczyszczonej wody polegające na oczyszczeniu organizmu z toksyn, metali ciężkich, złogów chemicznych i organicznych, wspomaganie leczenia chorób układu krążenia, normalizacji ciśnienia tętniczego, wspomaganie przy leczeniu dolegliwości nerkowych, zmniejszaniu, a nawet całkowitym wyeliminowaniu zaburzeń skórnych i alergii, zaniku dolegliwości żołądkowych, wspomaganie powrotu do zdrowia i regeneracji komórek, wzmocnieniu smaku, co pozwala na ograniczenie lub wyeliminowanie słodzenia napojów (dowód: karta nr 19 verte). W niniejszym folderze zamieszczone są także dane techniczne filtrów (dowód: karta nr 21) i wykaz niektórych zanieczyszczeń usuwanych przez system ForLife Plus ze wskazaniem stopnia usuwalności. W tabeli obejmującej dane o usuwanych zanieczyszczeniach, w której podaje się nazwy poszczególnych substancji (m. in. azbest, arsen, bor, kadm, cyjanki, ołów, rtęć, nikiel) podaje się także odpowiednio sposób szkodliwego działania zanieczyszczenia wody niniejszymi pierwiastkami i źródła zanieczyszczeń w wodzie. W rubryce o możliwych szkodliwych działaniach podaje się, że wymienione substancje mogą powodować zaburzenia w strukturze i czynnościach komórek, głównie mózgu, uszkodzenia DNA, zaburzenia wzroku, nerwowe, pracy serca, choroby skóry, nerek, płuc, anemię oraz mogą wywoływać raka.

W związku z powoływaniem się przez spółkę na właściwości lecznicze wody uzdatnionej za pomocą oferowanych przez nią filtrów, wystąpiono do niej o wskazanie badań naukowych, na których informacje te oparto (dowód: karta nr 5). Z przekazanej Prezesowi Urzędu odpowiedzi wynika, że nie dysponuje on takimi wynikami badań, a dane dotyczące parametrów wody pozyskał od producenta (dowód: karta nr 7 verte).

Dnia 17. 12. 2007r. wpłynęło do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Katowicach zawiadomienie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach dotyczące działalności „Dialog” Sp. z o.o., w którym zarzucono spółce podawanie informacji o zdrowotnych właściwościach wody filtrowanej za pomocą oferowanych przez nią urządzeń, podczas gdy badanie wykonane na zlecenie konsumenta przez stację sanitarno – epidemiologiczną wykazało, że wyniki odczynu twardości wody są niezgodne z wymaganiami określonymi dla wody przeznaczonej do spożycia przez ludzi w rozporządzeniu Ministra Zdrowia z dnia 29 marca 2007r. (Dz. U. Nr 61, poz. 417, dowód: karta nr 104). W niniejszym zawiadomieniu Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach stwierdził, że istnieje domniemanie, iż woda z filtra, wbrew ustnym informacjom sprzedawcy

i informacjom zamieszczonym w folderze, może zdrowiu jedynie szkodzić, a nie pomagać. Rzecznik oświadczył, że składa niniejsze zawiadomienie w związku z ww. jednostkowym przypadkiem, jednakże istnieje w jego opinii podejrzenie, że opisany proceder jest stosowany wobec większej grupy konsumentów. Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach wskazał również, że nie daje wiary temu, iż sprzedawca nie posiada dostatecznej wiedzy na temat właściwości urządzenia i właściwości uzyskanej przez niego wody, wobec czego istnieją podstawy do wnioskowania, że działania spółki noszą znamiona czynów niezgodnych z prawem polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd, w szczególności poprzez „wskazywanie właściwości wody uzdrawiających organizm”.

W załączeniu Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach przesłał kierowane do niego przez konsumenta pismo (dowód: karty nr 109 i 154), w którym ten oświadczył, iż został wprowadzony w błąd, co do właściwości urządzenia filtrującego wodę, gdyż został poinformowany, że oferowany filtr spowoduje oczyszczenie zabrudzonej i szkodliwej dla zdrowia wody, a z pozyskanych przez niego później informacji wynikało, że tego typu filtry nie mają mocy uzdrawiającej. W tych okolicznościach stacji sanitarno – epidemiologicznej zostało zlecone badanie wody. Badanie takie zostało przeprowadzone dnia 22. 11. 2007r. (dowód: karty nr 111 – 113, 157 - 160) i wykazało ono, że wyniki oznaczenia pH (odczynu) i twardości w dostarczonej próbce wody są niezgodne z wymaganiami określonymi w rozporządzeniu, jednakże wartość oznaczonej przewodności oraz parametrów bakteriologicznych, po uwzględnieniu oszacowanej niepewności, są zgodne z wymaganiami określonymi w ww. rozporządzeniu. W załączeniu do pisma z dnia 11. 03. 2008r. (dowód: karty nr 193 – 194) Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach przesłał wynik drugiego badania wody przeprowadzonego u tego samego konsumenta, który nabył filtr od spółki, w wyniku którego stwierdzono, że nie tylko odczyn pH, ale i ogólna liczba bakterii w temperaturze 36° C są niezgodne z wymaganiami prawnymi. Z przedłożonego wyniku niniejszego badania przeprowadzonego na próbce pobranej dnia 20. 11. 2007r. (dowód: karty nr 204 – 206) wynika, że odczyn wody (pH) jest niezgodny z wymaganiami określonymi w rozporządzeniu, wyniki oznaczenia przewodności i parametrów mikrobiologicznych są zgodne z wymaganiami prawa.

Rzecznik konsumentów przesłał również wyniki badania wody przeprowadzonego na próbce z 11. 02. 2008r. u drugiego konsumenta (dowód: karty nr 207 – 209), z którego wynika, że pH (odczyn) oraz ogólna liczba bakterii w 36° C są niezgodne z wymaganiami określonymi dla wody przeznaczonej do spożycia przez ludzi. Wyniki oznaczenia przewodności oraz pozostałych parametrów mikrobiologicznych są zgodne z wymogami prawa.

Umowy sprzedaży z konsumentami spółka zawiera z wykorzystaniem formularza „Umowy sprzedaży” (dowód: karty nr 76 – 77, 116, 124, 129, 134, 182 – 183, 105, 124, 129, 134, 182). Do sprzedawanych filtrów przedsiębiorca załącza broszurę zawierającą instrukcję obsługi i kartę gwarancyjną (dowód: karty nr 14 – 16, 78 - 80). W umowach zawieranych z wykorzystaniem wzorca istnieje wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy (dowód: karta nr 105 verte, 116 verte, 124 verte, 125, 129 verte, 130, 134 verte, 183). Spółka przedstawiła też dokument obejmujący pisemną informację dla konsumenta zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczącą prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty jej zawarcia przez złożenie odpowiedniego oświadczenia, którego wzór zamieszczono poniżej w tym samym dokumencie (dowód: karta nr 94 verte, 135, 184). Dokument tego rodzaju jest wręczany konsumentom przed zawarciem umów.

Strona udokumentowała okoliczność, że wpływały do niej oświadczenia konsumentów o odstąpieniu od umów sprzedaży zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa oparte na art. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę

wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, w tym także takie, które zostały złożone na druku opracowanym przez przedsiębiorcę (dowód: karty nr 81 – 94).

W zawiadomieniu z dnia 11. 03. 2008r. (znak SMK.6463/4/08, dowód: karty nr 193 – 194) Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach zarzucił spółce stosowanie praktyki polegającej na oferowaniu do sprzedaży filtrów do wody, które nie posiadały atestów. Okoliczność tą potwierdza w opinii Rzecznika pismo producenta – dystrybutora systemu molekularnego ForLife Plus, który oświadczył, że w okresie od 14. 06. 2007r. do 20. 12. 2007r. spółka wyposażała ww. system w mineralizatory innego producenta oraz pismo tej spółki, w którym wskazała ona, że część ze sprzedanych systemów była wyposażona w mineralizator wchodzący w skład „Uniwersalnego systemu uzdatniania wody serii S00”. Zdaniem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach przywoływane powyżej atesty nie mogły dotyczyć urządzeń filtrujących wodę wyposażonych w komponenty dwóch różnych systemów, wobec czego powoływanie się na ww. atesty było nieuprawnione.

Filtry produkowane przez Amii I Sp. z o.o. posiadają atest higieniczny Państwowego Zakładu Higieny (zwanego dalej także PZH) o numerze HK/W/0276/01/2006 (dowód: karta nr 17), którego kontynuacją jest atest higieniczny o numerze HK/W/0276/02/2006 (dowód: karta nr 17 verte). W atestach tych, które obowiązują od 25. 04. 2006r. i są ważne do 25. 04. 2011r., zastrzeżono, iż wyrób System molekularny ForLife Plus zawiera wkłady filtracyjne, sedymentacyjne, PP (piankowe, sznurkowe), węglowe (GAC, CTO, S.C., GAC-1L. KDF), mineralizujące (MIN-1L), bioceramiczne, z wodą strukturyzowaną, atestowane membrany molekularne – 35/36, 50, 75, 100 GPD). Z przedmiotowych dokumentów wynika, że omawiany produkt służy do uzdatniania wody przeznaczonej do spożycia, że odpowiada on wymaganiom higienicznym przy spełnieniu warunku, że woda przeznaczona do spożycia po uzdatnieniu musi być zgodna z aktualnie obowiązującymi przepisami prawnymi. Atest ten może stracić ważność w przypadku zmian w recepturze albo w technologii wytwarzania wyrobu.

W piśmie z dnia 31. 01. 2008r. PZH (znak HK/W/0073/2008) kierowanym do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach (dowód: karty nr 190 – 191, 203) w sprawie legalności powoływania się przez Dialog Sp. z o.o. w Mikołowie na atest higieniczny HK/W/0276/01/2006 wystawiony dla firmy Amii Sp. z o.o. oraz na atest higieniczny HK/W/0362/01/2006 wystawiony dla firmy TOP FILTER, wyjaśniono, że atesty odnoszą się do wymienionych w nich wyrobów finalnych, jak również ich producentów. Tylko wówczas możliwa jest bowiem ocena wpływu określonego urządzenia na jakość wody. Rozważane atesty tracą swą ważność w przypadku zmian w recepturze albo technologii wytwarzania wyrobu. Oznacza to, że dowolna zmiana poszczególnego elementu lub złoza filtracyjnego wchodzącego w skład urządzenia do oczyszczania wody, może zmieniać jego wpływ na jakość wody i z tego powodu urządzenie wymaga ponownej oceny. W tym samym piśmie PZH oświadczył, że urządzenia, których dotyczą wymienione atesty higieniczne, spełniają rolę dodatkowych środków, przy pomocy których można poprawić jakość wody w zakresie jej wybranych wskaźników, mających wpływ na akceptowalność wody przez konsumentów. Omawiane urządzenia mogą istotnie poprawić jakość wody w zakresie wskaźników organoleptycznych, jednakże nie pozwalają one na ścisłą kontrolę i regulację procesu podczyszczania i jego dostosowania do składu wody. Z tego powodu ich ocena higieniczna dotyczy przede wszystkim możliwości migracji elementów składowych substancji niekorzystnie wpływających na skład wody. PZH zwrócił też uwagę na fakt, że zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem Ministra Zdrowia z dnia 29 marca 2007r. w sprawie jakości wody przeznaczonej do spożycia przez ludzi (Dz. U. Nr 61, poz. 417, zwanym dalej także rozporządzeniem w sprawie jakości), wartość pH wody jest parametrem dodatkowym, nie mającym bezpośredniego znaczenia zdrowotnego. Parametr ten jest jedynie

rekomendowanym, a nie wymagającym obligatoryjnego dotrzymania. Niezgodność z parametrami w tym zakresie określonymi w załączniku nr 4 do ww. rozporządzenia nie oznacza, że woda nie jest zdatna do spożycia.

W piśmie z dnia 09. 01. 2008r. (dowód: karta nr 197) do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach Amii Sp. z o.o. wyjaśniła, że dostarcza spółce „Dialog” Systemy Molekularne ForLifePlus, na które to posiada ona atest PZH. W przedmiotowym atescie znajduje się informacja, że system ten jest wyposażony we wkład mineralizujący (MIN – 1L), którego zadaniem jest wprowadzanie do uzdatnionej wcześniej wody składników mineralnych nadających wodzie pożądaną twardość. W okresie od 14. 06. 2007r. do 20. 12. 2007r. Dialog Sp. z o.o. kupowała od Amii Sp. z o.o. systemy niezawierające wkładu mineralizującego, a jednocześnie poinformowała ona, że nabywane systemy będą wyposażane we wkłady mineralizujące kupowane u innych dostawców.

W piśmie spółki „Dialog” z dnia 27. 11. 2007r. kierowanym do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach (dowód: karty nr 153 – 154) spółka wyjaśniła, że zgodnie z § 3 pkt. 2 rozporządzenia w sprawie jakości wody pobierana z urządzeń instalacji wodociągowych, poddawana procesom uzdatniania, powinna odpowiadać wymaganiom określonym w załącznikach 1 - 3 do tego rozporządzenia oraz spełniać parametry określone w lp. 2, 4 i 5 w załączniku numer 4 do tego rozporządzenia. Twardość wody, to dodatkowe wymaganie określone w pkt. 14 załącznika nr 4. Wartość wskazana w rozporządzeniu jest zalecana ze względów zdrowotnych, co oznacza, że jest to wartość pożądana, jednakże z powyższego przepisu nie wynika obowiązek uzupełniania zawartości węgla wapnia przez przedsiębiorstwo wodno – kanalizacyjne lub producenta urządzenia uzdatniającego wodę do minimalnej wymienionej w przepisie. Tym samym nie jest to bezwzględny wymóg, co do jakości wody, stawiany przez przepisy prawa. W związku z tym spółka informując konsumentów, że woda uzdatniana za pomocą rozważanego filtra do wody spełnia narzucane wymogami prawa wymogi, nie wprowadza ich w błąd, jak i nie prowadzi do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Jednocześnie spółka powołała się na badania naukowe, z których wynika, że picie wody o niskiej twardości nie wywołuje skutków ubocznych. Dodatkowo należy zważyć, że w urządzeniu filtrującym jest zainstalowany mineralizator, dzięki któremu przebiega proces wzbogacania wody, co dzieje się w skutek wypłukiwania złoży przez przepływającą wodę.

W piśmie z dnia 21. 04. 2008r. (dowód: karty nr 214 – 216) stanowiącym odpowiedź na zawiadomienie o rozszerzeniu niniejszego postępowania o zarzut rozważany w pkt. II 2 przedmiotowej decyzji, spółka wskazała, że oferowane przez nią urządzenia ForLife Plus posiadają ważny i aktualny atest PZH (HK/W/0276/01/2006) obejmujący całe urządzenie, w skład którego wchodzi także mineralizator. Producentem tych urządzeń jest Amii Sp. z o.o. W okresie od czerwca do grudnia 2007r. Dialog Sp. z o.o. rzeczywiście oferowała konsumentom ww. urządzenie ze wkładami mineralizującymi zakupionymi w firmie Green Filter, jednakże ich producentem była Amii Sp. z o.o. Ten rodzaj wkładów posiada atest PZH (HK/W/0029/01/2004) uzyskany przez jego dystrybutora. Zgodnie z oświadczeniem producenta Amii Sp. z o.o. i dystrybutora firmy Green Filter wkłady te są w pełni kompatybilne z Systemem ForLife Plus i mogą być montowane w ww. urządzeniu jako pełnowartościowe części zamienne. Fakt ten potwierdza w swym oświadczeniu PZH informując, że dołączenie do powyższego urządzenia mineralizatora zakupionego w innej firmie nie narusza bezpieczeństwa konsumentów, o ile wyrób ten jest tożsamy z mineralizatorem zgłoszonym do atestu dotyczącego oryginalnego urządzenia lub posiada on odrębny atest higieniczny. Powyższe wynika ze specyficznego znaczenia mineralizatora w urządzeniach do poprawy jakości wody działających na zasadzie odwróconej osmozy, w których stanowi on jedyni element dodatkowy, służący uzupełnieniu zawartości substancji

mineralnych w wodzie (głównie soli wapnia i magnezu). Nie ma on natomiast wpływu na przebieg i skuteczność procesu oczyszczania wody i usuwania z niej substancji mogących niekorzystnie oddziaływać na jej wskaźniki organoleptyczne i bezpieczeństwo dla zdrowia, co jest zasadniczym celem stosowania tego rodzaju filtrów. Podsumowując powyższe wyjaśnienie spółka wskazała, że jej działanie było zgodne z prawem i było dokonywane za zgodą producenta. Zamiana rozważanych elementów nie mogła mieć wpływu na funkcjonowanie urządzenia, ani nie mogła negatywnie wpływać na konsumentów.

Spółka poinformowała także, że w okresie od 14. 06. 2007r. do 20. 12. 2007r. oferowała do sprzedaży urządzenia do uzdatniania wody ForLife Plus wyprodukowane przez Amii Sp. z o.o. opatrzone atestem PZH nr HK/W/0276/01/2006 ze wkładem mineralizującym wyprodukowanym także przez Amii Sp. z o.o. opatrzonym atestem PZH nr HK/W/0029/01/2004 z dnia 17. 02. 2004r. Od stycznia 2008r. Spółka oferuje konsumentom kompletne urządzenia For Life Plus wraz z zamontowanymi mineralizatorami.

W piśmie z dnia 14. 03. 2008r. PZH (znak HK/W/188/2008) zajął stanowisko odnośnie powoływania się przez „Dialog” Sp. z o.o. na przedstawione w toku postępowania atesty w odniesieniu do systemu z zamontowanym odrębnym mineralizatorem (dowód: karty nr 230 – 231, 242 - 243). Z punktu widzenia formalnego atest higieniczny jest dokumentem dotyczącym wyrobu finalnego, co oznacza, że odnosi się on do kompletnego urządzenia uzdatniającego wodę metodą odwróconej osmozy. W niniejszym przypadku PZH jest jednak zdania, że dołączenie do opisanego urządzenia mineralizatora zakupionego w innej firmie nie świadczy jednoznacznie o tym, że zagrożone zostało bezpieczeństwo konsumentów, a działanie takie było nieprawidłowe. Jeśli wyrób był tożsamy z mineralizatorem zgłoszonym do atestu dotyczącego oryginalnego urządzenia lub jeśli posiadał odrębny atest higieniczny bezpieczeństwo konsumentów nie zostało naruszone. PZH ponownie wskazał na specyficzne znaczenie mineralizatora w urządzeniach do poprawy jakości wody działających na zasadzie odwróconej osmozy, w których stanowi on jedynie element dodatkowy, służący uzupełnianiu zawartości substancji mineralnych w wodzie (głównie soli wapnia i magnezu). Element ten nie ma wpływu na przebieg i skuteczność procesu oczyszczania wody i usuwania z niej substancji mogących niekorzystnie oddziaływać na jej wskaźniki organoleptyczne i bezpieczeństwo dla zdrowia, co jest zasadniczym celem stosowania tego rodzaju filtrów. PZH zwrócił uwagę, że trzeba przy tym wziąć pod uwagę fakt, że istotnym powodem zastosowania innego mineralizatora były w rozważanym przypadku zgłaszane przez konsumentów zastrzeżenia do nieprzyjemnego posmaku wody. W swej opinii PZH wskazał, że badania wody, których wyniki zostały mu przesłane, wykazują dwa mankamenty z punktu widzenia oceny bezpieczeństwa zdrowotnego wody. Po pierwsze badania dotyczyły wyłącznie próbek wody pobranej po poddaniu jej działaniu urządzenia, a brak jest danych na temat jakości wody wprowadzonej do urządzenia. Po drugie analiza parametrów fizykochemicznych wody po uzdatnieniu dotyczy jedynie drugorzędnych wskaźników nie mających bezpośredniego odniesienia zdrowotnego, które w obowiązujących regulacjach prawnych dotyczących jakości wody przeznaczonej do spożycia określono jako wskaźniki dodatkowe. Urządzenia poprawiające jakość wody wykorzystujące metodę odwróconej osmozy prawie całkowicie usuwają z wody substancje mineralne. Złoża mineralizujące dołączane do aparatów uzdatniających wodę metodą odwróconej osmozy umożliwiają uzupełnienie w takiej wodzie substancji mineralnych do poziomu zalecanego. Na kanwie przedstawionych wyników badania nasunęła się wątpliwość co do tego, czy badane próbki w ogóle były poddane filtrowaniu przez złożo mineralizujące, albo czy sposób jego montażu bądź eksploatacji był prawidłowy. PZH podkreślił, że należy zwrócić uwagę na pominięte w piśmie i ocenie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach korzyści zdrowotne wynikające z usunięcia z wody przez omawiane urządzenie substancji toksycznych i o negatywnym wpływie na

zdrowie. Korzyści te znacznie przewyższają ewentualny negatywny wpływ zmniejszonej twardości wody. PZH podkreślił, że niska twardość wody nie może być podstawą do jej dyskwalifikacji i oceny jako wody nieprzydatnej do spożycia. PZH zastrzegł też, że nie należy wykluczać sytuacji, gdy konsument może nie życzyć sobie korzystania z wody mineralizowanej i żądać nabycia urządzenia bez mineralizatora. Zdaniem PZH takie rozwiązanie można zaakceptować pod warunkiem, że kupujący zostanie przed nabyciem urządzenia poinformowany, że tak uzdatniona woda będzie praktycznie pozbawiona substancji mineralnych. PZH dodał także, że powyższe uwagi i stanowisko dotyczące ważności atestu higienicznego odnosi się wyłącznie do rozważanej konkretnej sytuacji, gdy urządzenie, którego dotyczył atest, było dystrybuowane z mineralizatorem nabytym u pośrednika, ale tożsamym z wymienionym w atęcie lub też z mineralizatorem innej firmy, lecz posiadającym odrębny atest higieniczny. Nie oznacza to, że pominięcie lub zastosowanie innych niż wymienione w atęcie filtrów mechanicznych, złóż węglowych lub membran, jak również wprowadzanie innych dowolnych elementów może być ocenione w taki sam sposób. Wynika to, jak zaznaczono powyżej, ze specyficznego i ograniczonego znaczenia wkładu mineralizującego w omawianym urządzeniu.

Spółka przedstawiła w toku postępowania ważny atest dla całych urządzeń, jak i ważny atest HK/W/0029/01/2004 dla systemu uzdatniania wody metodą odwróconej osmozy (dowód: karty nr 232 i 241) ze wkładami filtracyjnymi sedymentacyjnymi PP (piankowymi, sznurkowymi), węglowymi (GAC, CTO, SC, GAC, IL, KDF), mineralizującymi (MIN011), bioceramicznymi, Grenadera, membranami (35/36, 50, 75, 100, GPD). Oba atesty zostały wydane na wniosek Amii Sp. z o.o.

W piśmie z dnia 13. 03. 2008r. (dowód: karty nr 233 i 240) Amii Sp. z o.o. wskazała, że sprzedawane przez nią systemy w okresie od czerwca do grudnia 2007r. nie były wyposażone w mineralizatory, jednakże spółka Dialog zapewniała, że będą w nich montowane inne wkłady mineralizujące produkowane przez Amii Sp. z o.o. Taką sytuację można traktować równorzędnie z czynnością jaka następuje cyklicznie podczas wymiany serwisowej wkładów. W sprzedawanych urządzeniach następowało więc najpierw wyjęcie wkładu mineralizującego, a następnie włożenie nowego, zgodnego z atestem systemu ForLife Plus. Ponadto odłączając mineralizator, odłącza się jedynie element urządzenia, który nie wpływa na sam przebieg procesu uzdatniania wody i usuwania z niej substancji o potencjalnie szkodliwym działaniu. Jediną rolą mineralizatora jest wzbogacenie wody w substancje mineralne po zakończeniu procesu jej oczyszczania mające wpływ przede wszystkim na smak wody i zwiększenie akceptowalności wody przez konsumentów. Zarówno dla systemu ForLife Plus bez wkładu mineralizującego, jak w ze wkładem, obowiązuje ten sam atest PZH nr HK/W/0276/2006.

W piśmie z dnia 06. 03. 2008r. (dowód: karty nr 234 i 239) przedsiębiorca - Green Filter wyjaśnił, że wkłady mineralizujące sprzedawane przez niego spółce Dialog w okresie od czerwca do grudnia 2007r. zostały wyprodukowane przez Amii Sp. z o.o., wkłady te posiadały ważny atest PZH, były kompatybilne z Systemem For Life Plus, a ich zamontowanie nie powoduje zmiany technologicznej urządzenia uzdatniającego wodę. Wobec tego, że na obie części zostały przyznane atesty, nie istniała konieczność przeprowadzania przez PZH ponownej oceny dopuszczalności Systemu For Life + do obrotu handlowego.

Powyższe potwierdziła spółka „Dialog” w piśmie z dnia 21. 04. 2008r. (dowód: karty nr 235 – 237), w którym ponownie opisała tryb jej postępowania w okresie od czerwca do grudnia 2007r. Dodała ona też, że od stycznia 2008r. oferuje konsumentom kompletne urządzenia ForLife Plus wraz z zamontowanymi przez niego mineralizatorami, które są objęte atestem PZH HK/W/0276/01/2006.

Spółka osiągnęła w 2007r. przychód w wysokości 5 428 556,67 zł (słownie: pięciu milionów czterystu dwudziestu ośmiu tysięcy pięciuset pięćdziesięciu sześciu złotych sześćdziesięciu siedmiu groszy, dowód: karta nr 260).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

W toku niniejszego postępowania, w związku z istniejącymi podejrzeniami stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, działania spółki poddano kontroli pod kątem zgodności z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Aby doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać spełnione następujące przesłanki:

- w związku ze stosowaniem badanej praktyki dochodzi do naruszenia interesu publicznego,
- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- rozważana praktyka musi być bezprawna,
- praktyka taka musi godzić w interesy konsumentów zbiorowe interesy konsumentów.

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku¹.

Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „*zbiorowego interesu konsumentów*” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „*nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów*”. Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium.

¹ Konrad Kohutek w: „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

Sąd Najwyższy orzekł też, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy”.

W rozważanym przypadku doszło do naruszenia interesu publicznego, bądź też potencjalnie mogło dojść do jego naruszenia, gdyż wszystkie badane zachowania dotyczą ogółu konsumentów, a nie tylko pojedynczych osób. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zawarły ze spółką umowy sprzedaży filtrów do wody oraz wszystkich jej potencjalnych klientów, adresatów badanej reklamy. Okoliczności te dały podstawę do przyjęcia, że została spełniona przesłanka wymieniona w art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a oceniane zachowania dotyczą lub mogłyby dotyczyć zbiorowych interesów konsumentów. Badane praktyki nie dotyczą bowiem jednostkowej sytuacji, ani też nie są związane ze stosunkami prawnymi pomiędzy ograniczonym, zamkniętym kręgiem podmiotów, lecz dotyczą przedsiębiorcy, wszystkich jego byłych, aktualnych, jak i potencjalnych klientów. To dało podstawy do wszczęcia i prowadzenia niniejszego postępowania.

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Z art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej wynika, że przedsiębiorcą jest osoba prawna, która we własnym imieniu wykonuje działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmiot będący stroną postępowania bez wątplenia posiada status przedsiębiorcy, gdyż jest to spółka prawa handlowego prowadząca działalność gospodarczą. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kolejną z przesłanek, jaka musi zostać spełniona, aby rozważane zachowanie przedsiębiorcy mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bezprawność określonego zachowania. Na gruncie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych oraz czynów nieuczciwej konkurencji, w tym podejmowanie działań wprowadzających w błąd, które powodują lub mogą powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął w zakresie cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów, wyników badań lub kontroli przeprowadzonych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem oraz posługiwanie się reklamą wprowadzającą w błąd i mogąca przez to wpłynąć na decyzje co do nabycia towaru.

Ad I

Pierwsza z praktyk rozważanych w ramach niniejszego postępowania dotyczy stosowania reklamy wprowadzającej w błąd i mogącej przez to wpłynąć na decyzję klientów, co do nabycia towaru lub usługi, w związku czym postawiono spółce zarzut naruszenia art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a poprzez to art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Rozważane w tym punkcie decyzji informacje zostały zawarte w folderze, który należy uznać za reklamę. Wprawdzie przepisy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie precyzują, co należy rozumieć przez reklamę, to w tym zakresie można odwołać się do orzecnictwa sądowego. Sąd Najwyższy w orzeczeniu z 26. 01. 2006r. (V CSK 83/05) podkreślił, że reklamą jest każda wypowiedź skierowana do potencjalnych konsumentów, odnosząca się do towarów, usług, a także przedsiębiorcy oferującego towary lub usługę, mająca na celu zachęcenie i skłonienie adresatów do nabywania towarów lub korzystania z usług. Zachęta może być wyrażona bezpośrednio, np. przez użycie określeń odpowiadających konkretnym czynnościom, w których wyniku nastąpi zbyt towarów lub usług, albo pośrednio — przez stworzenie sugestywnego obrazu towarów i usług, a także samego przedsiębiorcy, w stopniu narzucającym adresatom nieodpartą chęć nabycia towarów i usług.

W toku prowadzonych czynności ustalono, że spółka stosuje reklamę w formie folderu, który jest wręczany jej potencjalnym klientom. Spółka poinformowała, że konsumenci mają możliwość zapoznania się z parametrami sprzedawanych przez nią filtrów poprzez ten folder. Na tytułowej stronie zawiera on hasło reklamowe „ULECZ SWOJĄ WODĘ A ONA ULECZY CIEBIE”. W analizowanym folderze formatu A4 przedstawiono również szerzej argumenty przemawiające za filtrowaniem wody wskazując, że zawiera ona wiele nieprzyjaznych organizmowi toksyn i związków chemicznych oraz, że właściwie nie ma możliwości zaopatrzenia się w wodę odpowiednio czystą i o odpowiednich parametrach. W folderze tym wskazano także, że spożywanie oczyszczonej wody służy oczyszczeniu organizmu z toksyn, metali ciężkich, złożeń chemicznych i organicznych, wspomaga leczenie chorób układu krążenia, normalizację ciśnienia tętniczego, wspomaga leczenie dolegliwości nerkowych, zmniejszenie, a nawet całkowite wyeliminowanie zaburzeń skórnych i alergii, zanik dolegliwości żołądkowych, wspomaga powrót do zdrowia i regenerację komórek, wzmacnia smak, co pozwala na ograniczenie lub wyeliminowanie słodzenia napojów (dowód: karta nr 19 verte). W niniejszym folderze zamieszczone są także dane na temat usuwanych przez system zanieczyszczeń. W tabeli obejmującej dane o usuwanych zanieczyszczeniach, w której podaje się nazwy poszczególnych substancji (m. in. azbest, arsen, bor, kadm, cyjanki, ołów, rtęć, nikiel), podaje się odpowiednio sposób szkodliwego działania zanieczyszczonej wody niniejszymi pierwiastkami i źródła zanieczyszczeń w wodzie. W rubryce o możliwych szkodliwych działaniach podaje się także, że wymienione substancje mogą powodować zaburzenia w strukturze i czynnościach komórek, głównie mózgu, uszkodzenia DNA, zaburzenia wzroku, nerwowe, pracy serca, choroby skóry, nerek, płuc, anemię oraz mogą wywoływać raka.

W toku prowadzonych działań otrzymano od Miejskiego Rzecznika Konsumentów informację na temat badań wody przeprowadzonych u dwóch spośród klientów spółki, u których zainstalowano filtry. Z wyników tych badań wynikało, że odczyn wody odbiega od rekomendowanego w przepisach, a także, że w jednym przypadku także inne parametry nie były zgodne z parametrami określonymi w przepisach prawa. W wydanej na ten temat opinii PZH stwierdził, że na podstawie tych badań nie można orzec o faktycznym niewłaściwym działaniu filtrów, gdyż nie wiadomo, jakiej jakości woda została do nich wprowadzona oraz nie wiadomo, czy filtry były prawidłowo użytkowane. Kwestia ta nie będzie zatem brana pod uwagę przy ocenianiu niedozwolonego charakteru rozważanej reklamy.

Zasadniczą kwestią w niniejszej sprawie jest to, czy reklama stosowana przez spółkę może wprowadzać w błąd, a przez to wpływać na decyzje konsumentów w kwestii nabycia systemu. Jak wskazano powyżej w badanym folderze wyszczególniano potencjalne zagrożenia, wymieniano niebezpieczne substancje, pierwiastki, które znajdują się w wodzie. Jednocześnie podawano, jaki niekorzystny skutek dla zdrowia one mają, przy czym wymieniano poważne zaburzenia najważniejszych organów (mózgu, serca, płuc),

wskazywano na działanie rakotwórcze i powodujące uszkodzenia DNA. Podkreślono także, że powyższych zagrożeń można uniknąć używając oczyszczonej wody, której jednocześnie przypisano właściwości lecznicze. W analizowanym folderze reklamowym (dowód: karta nr 21 verte) zamieszczono również informację na temat zawartego w systemie dysku ceramiczno – magnetycznego ADR-4, którego skuteczność działania została stwierdzona w zaburzeniach ukrwienia obwodowego, zespole Raynaud (marznące stopy i dłonie), chorobach i niedomaganiach nerek, ogólnym osłabieniu organizmu, obniżonej odporności. W dalszej części wskazano, że ADR-4 został bardzo wysoko oceniony przez środowiska naukowe, zarówno w Polsce, jak i na świecie. Następnie wymienia się 4 instytucje, w których przeprowadzono badania stymulatora oraz 6 nagród. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że Prezes Urzędu występował do spółki o wskazanie, czy dane dotyczące parametrów oraz właściwości leczniczych wody, które są opisywane w folderze, zostały potwierdzone badaniami, a jeśli tak to należało badania te opisać i udokumentować (dowód: karta nr 5). W odpowiedzi na to spółka wskazała jedynie, że są to dane, które otrzymała od producenta (dowód: karta nr 7 verte). Informacje na temat leczniczych właściwości oczyszczonej wody nie zostały potwierdzone wynikami badań naukowych.

Na podstawie powyższych informacji przekazywanych konsumentom można stwierdzić, że woda, jaka jest dla nich dostępna nie spełnia podstawowych wymogów czystości, jest zabrudzona wieloma toksynami, szkodliwymi pierwiastkami, podczas gdy jej oczyszczenie jest pożądane z uwagi na uzdrawiające właściwości czystej wody, która posiada walory lecznicze. Z zawartych w folderze informacji wynika także, że uzyskanie pożądanego stanu jest możliwe, gdy się zastosuje oferowany przez spółkę filtr do wody, który zyskał uznanie w kręgach naukowych, a jego jakość poświadczają liczne nagrody. Informacje te mogą wprowadzać klientów w błąd, gdyż na ich podstawie powstaje mylne wyobrażenie, co do właściwości leczniczych wody oczyszczonej za pomocą oferowanego przez spółkę filtra. Na ich podstawie może powstać mylne wrażenie na temat istniejących możliwych sposobów uchronienia się przed istniejącymi zagrożeniami oraz podjęcia działań mających na celu wyleczenie już istniejących schorzeń. Nie bez znaczenia jest fakt, że na stronie tytułowej folderu posłużono się hasłem reklamowym „ULECZ SWOJĄ WODĘ A ONA ULECZY CIEBIE”, co dobitnie wskazuje na lecznicze właściwości oczyszczonej wody, co jednak nie zostało potwierdzone badaniami naukowymi. Ogólne wskazywanie, że działanie oferowanych filtrów uzyskało aprobatę środowisk naukowych służy jedynie stworzeniu wrażenia, że informacje zawarte w folderze znajdują potwierdzenie w wynikach badań naukowych, co z kolei służy utwierdzeniu konsumentów w przekonaniu o szczególnych właściwościach przefiltrowanej wody, które, jak wykazano powyżej, nie zostały udokumentowane.

Zważyć trzeba, że Prezes Urzędu nie kwestionuje faktu, iż zanieczyszczona woda może negatywnie wpływać na organizm człowieka i pożądane jest, aby konsumenci mieli dostęp do wody o należytych parametrach. Za niedozwolone należy jednak uznać podawanie konsumentom wyżej opisanych informacji w taki sposób, że prowadzi on do stworzenia wrażenia, że woda, do której konsumenci mają dostęp najprawdopodobniej nie jest odpowiednio czysta, natomiast uzyskanie dostępu do wody czystej i do tego o walorach leczniczych może nastąpić jedynie przy użyciu filtra do wody. W niniejszym przypadku należy podkreślić, że w grę wchodzi najistotniejsze dobro, jakim są zdrowie i życie. Opisane informacje w wyżej wskazanym zakresie wprowadzają w błąd, niewątpliwie mogą też wpływać na decyzje konsumentów, co do nabycia towaru.

W świetle wyżej opisanych ustaleń poczynionych w toku przeprowadzonego postępowania administracyjnego należało stwierdzić, że spółka dopuściła się stosowania praktyki niezgodnej z art. 16 ust. 1 pkt. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a poprzez to naruszyła art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad II

1. W ramach niniejszego postępowania rozważano zarzut stosowania przez przedsiębiorcę praktyki polegającej na niedopełnieniu określonego w art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny obowiązku polegającego na informowaniu konsumentów na piśmie przed zawarciem umów poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie odstąpienia od tych umów w terminie dziesięciu dni od ich zawarcia bez podawania przyczyn, poprzez co mogło dojść do naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, co może być niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z poczynionych w toku przeprowadzonych czynności ustaleń wynika, że w umowach zawieranych z wykorzystaniem wzorca istnieje wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy (dowód: karta nr 105 verte, 116 verte, 124 verte, 125, 129 verte, 130, 134 verte, 183), a oprócz tego spółka posługuje się odrębnym dokumentem wręczanym przed zawarciem umowy, obejmujący pisemną informację dla konsumenta zawierającego umowę poza lokalem przedsiębiorstwa dotyczącą prawa odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty jej zawarcia przez złożenie odpowiedniego oświadczenia wraz ze wzorem tego oświadczenia (dowód: karta nr 94 verte, 135, 184). Przedsiębiorca udokumentował okoliczność, że wpływały do niego oświadczenia konsumentów o odstąpieniu od umów sprzedaży zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa oparte na art. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, które zostały złożone na opracowanym przez niego druku (dowód: karty nr 81 – 94), co wskazuje na fakt, że formularze te rzeczywiście są wykorzystywane, a konsumenci otrzymują wymaganą informację. W tych okolicznościach należało stwierdzić, że zarzut niedopełniania obowiązku w zakresie przekazywania informacji na temat prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa jest bezzasadny.

Na mocy art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego (zwanego dalej także Kpa), gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny staje się bezprzedmiotowe, organ administracji publicznej wydaje decyzję o jego umorzeniu. Przywołane okoliczności niniejszej sprawy uzasadniają umorzenie niniejszego postępowania. W wyroku z dnia 28. 06. 1995r. (sygnatura akt XVII Amr 24/95) Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Antymonopolowy orzekł, że uzasadnienie decyzji o umorzeniu postępowania wydawanej na podstawie art. 105 § 1 Kpa nie może zawierać treści dotyczących rozstrzygnięcia sprawy co do jej istoty, czy też w inny sposób wyrażać stanowiska organu antymonopolowego w zakresie zasadności zarzutów sformułowanych we wszczęciu postępowania. Z uwagi na powyższe brak jest podstaw do rozważenia w przedmiotowej decyzji dalszych kwestii związanych z tą sprawą.

Na gruncie poczynionych ustaleń należało orzec, jak w punkcie II 1 sentencji niniejszej decyzji.

2. Ostatni z zarzutów rozważanych w ramach niniejszego postępowania dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na podejmowaniu działań wprowadzających w błąd, które powodują lub mogą powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął w zakresie cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzonych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem, do czego mogło dojść w wyniku posługiwania się w obrocie konsumenckim atestami dotyczącymi produktów innych niż sprzedawane konsumentom urządzenia filtrujące wodę, co może być niezgodne z art. 5 ust. 1 i 3 pkt. 2

ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W zawiadomieniu z dnia 11. 03. 2008r. (znak SMK.6463/4/08, dowód: karty nr 193 – 194) Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach zarzucił spółce stosowanie praktyki polegającej na oferowaniu do sprzedaży filtrów do wody, które nie posiadały atestów. Okoliczność tą potwierdza w opinii Rzecznika pismo producenta – dystrybutora filtrów, który oświadczył, że w okresie od 14. 06. 2007r. do 20. 12. 2007r. spółka wyposażała ww. filtry w mineralizatory innego producenta oraz pismo tej spółki, w którym wskazała ona, że część ze sprzedanych systemów była wyposażona w mineralizator wchodzący w skład „Uniwersalnego systemu uzdatniania wody serii S00”. Zdaniem Rzecznika przedstawiane przez sprzedawcę atesty nie mogły dotyczyć urządzeń filtrujących wodę wyposażonych w komponenty dwóch różnych systemów, wobec czego powoływanie się na ww. atesty było nieuprawnione.

W toku przeprowadzonego postępowania ustalono, że spółka sprzedawała konsumentom filtry z zainstalowanymi mineralizatorami tożsamymi z tymi, które były wymienione w atescie, których producentem była firma będąca wytwórcą filtrów. W wyrażonej w niniejszej sprawie opinii (dowód: karty nr 230 – 231, 242 - 243) PZH zajął stanowisko, zgodnie z którym dołączenie do opisanego urządzenia mineralizatora zakupionego w innej firmie nie świadczy jednoznacznie o tym, że zagrożone zostało bezpieczeństwo konsumentów. Jeśli wyrób był tożsamy z mineralizatorem zgłoszonym do atestu dotyczącego oryginalnego urządzenia lub jeśli posiadał odrębny atest higieniczny bezpieczeństwo konsumentów nie zostało naruszone. Wynika to ze specyficznego znaczenia mineralizatora w urządzeniach do poprawy jakości wody działających na zasadzie odwróconej osmozy, w których stanowi on jedynie element dodatkowy, służący uzupełnianiu zawartości substancji mineralnych w wodzie (głównie soli wapnia i magnezu). Element ten nie ma wpływu na przebieg i skuteczność procesu oczyszczania wody i usuwania z niej substancji mogących niekorzystnie oddziaływać na jej wskaźniki organoleptyczne i bezpieczeństwo dla zdrowia, co jest zasadniczym celem stosowania tego rodzaju filtrów. Trzeba przy tym wziąć pod uwagę fakt, że istotnym powodem zastosowania innego mineralizatora były w rozważanym przypadku zgłaszane przez konsumentów zastrzeżenia do nieprzyjemnego posmaku wody. W swej opinii PZH wskazał, że badania wody, których wyniki zostały mu przesłane, wykazują dwa mankamenty z punktu widzenia oceny bezpieczeństwa zdrowotnego wody. Po pierwsze badania dotyczyły wyłącznie próbek wody pobranej po poddaniu jej działaniu urządzenia, a brak jest danych na temat jakości wody wprowadzonej do urządzenia. Po drugie analiza parametrów fizykochemicznych wody po uzdatnieniu dotyczy jedynie drugorzędnych wskaźników nie mających bezpośredniego odniesienia zdrowotnego, które w obowiązujących regulacjach prawnych dotyczących jakości wody przeznaczonej do spożycia określono jako wskaźniki dodatkowe. Urządzenia poprawiające jakość wody wykorzystujące metodę odwróconej osmozy prawie całkowicie usuwają z wody substancje mineralne. Złoża mineralizujące dołączane do aparatów uzdatniających wodę metodą odwróconej osmozy umożliwiają uzupełnienie w takiej wodzie substancji mineralnych do poziomu zalecanego. Na kanwie przedstawionych wyników badania nasunęła się wątpliwość co do tego, czy badane próbki w ogóle były poddane filtrowaniu przez złożo mineralizujące, albo czy sposób jego montażu bądź eksploatacji był prawidłowy. PZH podkreślił, że należy zwrócić uwagę na pominięte w piśmie i ocenie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach korzyści zdrowotne wynikające z usunięcia z wody przez omawiane urządzenie substancji toksycznych i o negatywnym wpływie na zdrowie. PZH podkreślił, że niska twardość wody nie może być podstawą do jej dyskwalifikacji i oceny jako wody nieprzydatnej do spożycia. PZH zastrzegł, że nie należy wykluczać sytuacji, gdy konsument może nie życzyć sobie korzystania z wody mineralizowanej i żądać nabycia urządzenia bez mineralizatora. Zdaniem PZH takie rozwiązanie można zaakceptować pod warunkiem, że kupujący zostanie przed nabyciem

urządzenia poinformowany, że tak uzdatniona woda będzie praktycznie pozbawiona substancji mineralnych. PZH dodał także, że powyższe uwagi i stanowisko dotyczące ważności atestu higienicznego odnosi się wyłącznie do rozważanej konkretnej sytuacji, gdy urządzenie, którego dotyczył atest, było dystrybuowane z mineralizatorem nabytym u pośrednika, ale tożsamym z wymienionym w atęcie lub też z mineralizatorem innej firmy, lecz posiadającym odrębny atest higieniczny. Nie oznacza to, że pominięcie lub zastosowanie innych niż wymienione w atęcie filtrów mechanicznych, złożów węglowych lub membran, jak również wprowadzanie innych dowolnych elementów może być ocenione w taki sam sposób. Wynika to, jak zaznaczono powyżej, ze specyficznego i ograniczonego znaczenia wkładu mineralizującego w omawianym urządzeniu.

Spółka przedstawiła w toku postępowania ważny atest dla całych urządzeń, jak i ważny atest HK/W/0029/01/2004 dla systemu uzdatniania wody metodą odwróconej osmozy (dowód: karty nr 232 i 241) ze wkładami filtracyjnymi sedymentacyjnymi PP (piankowymi, sznurkowymi), węglowymi (GAC, CTO, SC, GAC, IL, KDF), mineralizującymi (MIN011), bioceramicznymi, Grenadera, membranami (35/36, 50, 75, 100, GPD). Oba atesty zostały wydane na wniosek Amii Sp. z o.o.

Analogiczne stanowisko do tego, które wyraził PZH, przedstawił producent filtrów i mineralizatorów, który wskazywał, że mineralizatory są częścią urządzenia, która wymaga w toku użytkowania wymiany, wobec czego oddzielne nabywanie przez sprzedawcę wskazywanych elementów i ich montaż u klientów nie świadczy o niewłaściwym postępowaniu sprzedawcy (dowód: karty nr 233 i 240).

Powyższe potwierdził również podmiot, od którego „Dialog” Sp. z o.o. nabywała mineralizatory w rozważanym okresie. Przedsiębiorca ten oświadczył, że wkłady mineralizujące sprzedawane przez niego spółce „Dialog” w okresie od czerwca do grudnia 2007r. zostały wyprodukowane przez Amii Sp. z o.o., wkłady te posiadały ważny atest PZH, były kompatybilne z Systemem For Life Plus, a ich zamontowanie nie powodowało zmiany technologicznej urządzenia uzdatniającego wodę. Wobec tego, że na obie części zostały przyznane atesty, nie istniała konieczność przeprowadzania przez PZH ponownej oceny dopuszczalności Systemu For Life Plus do obrotu handlowego (dowód: karty nr 234 i 239).

Podsumowując spółka poinformowała, że sprzedawane przez nią filtry są zaopatrzone w mineralizatory właściwe dla tych filtrów, jednakże w rozważanym okresie od 14. 06. 2007r. do 20. 12. 2007r. mineralizatory nabywała ona u innego dostawcy, niż filtry, przy czym oba produkty pochodziły od jednego producenta i były ze sobą kompatybilne.

W tych okolicznościach sprawy należało stwierdzić, że zarzut sprzedaży przez spółkę urządzeń, co do których nie wydano koniecznych atestów, jest bezzasadny, a tym samym nie została potwierdzona okoliczność naruszenia przez stronę art. 5 ust. 1 i 3 pkt. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a poprzez to art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Stąd należało orzec, jak w punkcie II 2 sentencji niniejszej decyzji.

Ad III

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia celowo, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i

konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

W pkt. I niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisane szczegółowo powyżej. Praktyka ta polega na stosowaniu w niezgodnej z prawem reklamy, w której odwołano się do lęków konsumentów o ich zdrowie, obaw o możliwość zapadnięcia na groźne, nieuleczalne choroby. Konsekwencją stosowania powyższej praktyki jest pogorszenie sytuacji konsumentów, narażenie ich na presję, która zniekształca ich proces decyzyjny przy podejmowaniu decyzji rynkowych. Powyższe okoliczności uzasadniają nałożenie na przedsiębiorcę kary, o jakiej mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że stosując reklamę nie może opierać jej na niedoinformowaniu konsumentów i ich lęku o podstawowe dobro, jakim jest zdrowie i życie, a okoliczność, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia prawa nieumyślnie nie wyłącza możliwości nałożenia na niego kary, a jedynie stanowi okoliczność łagodzącą. Przy ustalaniu kary wzięto pod uwagę okoliczność, że przedsiębiorca dopuścił się w trakcie prowadzonej od 2004r. działalności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów po raz pierwszy. Uwzględniono fakt, że przedsiębiorca aktywnie współpracował z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w toku niniejszego postępowania składając wyczerpujące wyjaśnienia odnośnie rozważanych w tej sprawie kwestii. Zważyć też trzeba, że zasięg terytorialny działania przedsiębiorcy można określić zasadniczo jako ograniczony do rynku lokalnego aglomeracji śląskiej i jej okolic. Okoliczności te należy poczytać, jako łagodzące.

Decydując o nałożeniu kary i jej wysokości wzięto pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości finansowe przedsiębiorcy. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Niniejsza kara powinna stanowić przestrożę dla przedsiębiorcy na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary, należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2007r. wyniósł 5 428 556,67 zł (słownie: pięć milionów czterysta dwadzieścia osiem tysięcy pięćset pięćdziesiąt sześć złotych sześćdziesiąt siedem groszy, dowód: karta nr 260), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to 542 855,66 zł (słownie: pięćset czterdzieści dwa tysiące osiemset pięćdziesiąt pięć złotych sześćdziesiąt sześć groszy).

W świetle powyższych okoliczności wysokość kary ustalono na poziomie 3 000 zł (słownie: trzech tysięcy złotych) co stanowi niemal 0,06 % osiągniętego przez spółkę w 2007r. przychodu i prawie 0,6% maksymalnego wymiaru kary.

Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania. W tym przypadku kara powinna spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie III sentencji tej decyzji.

Ad IV

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu z przedsiębiorcą. W związku z powyższym postanowiono obciążyć stronę kosztami postępowania w wysokości 83 zł (słownie: osiemdziesięciu trzech złotych).

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

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje 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 w Katowicach. W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479²⁸ § 1 pkt 2 Kpc, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Maciej Fragsztajn