



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-709-87(3)/17/AgŁ

Warszawa, 4 sierpnia 2017 r.

DECYZJA DIH-1/57/2017

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1257), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 oraz art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1063), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorców: Bartłomieja Majdy, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Świat Piw Bartłomiej Majda w Rzeszowie i Urszuli Skorek, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Świat Piw Urszula Skorek w Rudnej Wielkiej, w formie spółki cywilnej w Rudnej Wielkiej, od decyzji Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Rzeszowie z dnia 7 czerwca 2017 r. (nr akt sprawy: AŻ.8361.66.2017), którą zarządzono niezwłoczne usunięcie przez ww. przedsiębiorców nieprawidłowości w zakresie oznakowania pięciu partii produktów o łącznej wartości 28 105,50 zł – utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

UZASADNIENIE

W dniu 6 czerwca 2017 r., w toku kontroli przeprowadzonej przez inspektorów reprezentujących Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Rzeszowie, zwanego dalej „Podkarpackim WIIH”, w hurtowni w Rudnej Wielkiej 190a, należącej do przedsiębiorców: Bartłomieja Majdy, prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Świat Piw Bartłomiej Majda w Rzeszowie i Urszuli Skorek, prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Świat Piw Urszula Skorek w Rudnej Wielkiej, w formie spółki cywilnej w Rudnej Wielkiej, zwanych dalej „stroną”, wniesiono zastrzeżenia do oznakowania pięciu partii produktów o łącznej wartości 28 105,50 zł., tj.:

- piwa jasnego, pasteryzowanego, filtrowanego „BIES CZADOWE jasne” o objętości netto 500 ml, w ilości 3 500 butelek o łącznej wartości 10 150 zł (2,90 zł/but.);
- piwa jasnego, smakowego, pasteryzowanego, niefiltrowanego „BIES CZADOWE jeżynowe” o objętości netto 500 ml, w ilości 1 400 butelek o łącznej wartości 4 900 zł (3,50 zł/but.);
- piwa ciemnego, pasteryzowanego, filtrowanego „BIES CZADOWE piekielnie czarne” o objętości netto 500 ml, w ilości 2 400 butelek o łącznej wartości 8 400 zł (3,50 zł/but.);

- piwa ciemnego, miodowego, pasteryzowanego, niefiltrowanego „BIES CZADOWE plaster miodu” o objętości netto 500 ml, w ilości 1 193 butelki o łącznej wartości 4 175,50 zł (3,50 zł/but.);
- 32 zestawów (po 4 sztuki w zestawie złożonym z ww. piw) o łącznej wartości 480 zł (15 zł/zestaw).

W toku kontroli ustalono, że wszystkie ww. produkty na etykiecie opisane były nazwą handlową produktu z wyraźnie wyeksponowanym określeniem „BIES CZADOWE”, a na jej tle znajdowała się mapa Bieszczad z nazwami miejscowości związanych z Bieszczadami (tj. „...strzyki Górne”, „Terebowiec”, „Solina”), zaś jednocześnie z informacji zamieszczonych na etykiecie wynikało, że produkty te zostały wyprodukowane na zlecenie: Świat Piw Urszula Skorek Bartłomiej Majda s.c. Rudna Wielka 190a, 36-054 Rudna Wielka www.swiat-piw.pl, czyli na zlecenie kontrolowanych przedsiębiorców, przez:

- Browar Jabłonowo Sp. z o. o. Sp. k., al. Krakowska 77, 05-552 Jabłonowo, zwany dalej „Browarem Jabłonowo” (woj. mazowieckie) – w przypadku wszystkich ww. produktów, z wyjątkiem jednego;
- Browary Regionalne Wąsocz Sp. z o. o., Wąsocz 95, 42-274 Konopiska, zwane dalej „Browarem Wąsocz” (woj. śląskie) – w przypadku piwa „BIES CZADOWE jeżynowe”.

Ponadto ustalono, że przedmiotowe produkty zostały dostarczane od producentów do kontrolowanej hurtowni w zamkniętych butelkach, bez etykiet, wraz ze specyfikacją jakości produktu, zaś ich zaetykietowanie nastąpiło dopiero na etapie poprzedzającym ich sprzedaż konsumentom, a więc przy wyłącznym udziale kontrolowanych przedsiębiorców.

Podkarpacki WIIH uznał, że taki sposób oznakowania produktów, w szczególności ich opis na etykiecie, wyraźnie wyeksponowany i podkreślony przy użyciu grafiki, wprowadzał konsumentów w błąd co do rzeczywistego miejsca pochodzenia produktu, gdyż wskazywał na ich pochodzenie z Bieszczad, podczas gdy nie miały one nic wspólnego z tym regionem. Innymi słowy, konsument sięgający po takie produkty mógł się spodziewać, że pozyskiwanie surowca i/lub jego przetworzenie odbywało się w tej części woj. podkarpackiego, podczas gdy produkty te zostały wyprodukowane przez Browar Jabłonowo (woj. mazowieckie) lub Browar Wąsosz (woj. śląskie), a więc były one związane z zupełnie innymi regionami Polski.

Zdaniem Podkarpackiego WIIH, powyższe stanowiło naruszenie treści art. 7 ust. 1 lit. a) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. U. UE L 304 z 22.11.2011 s. 18 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (UE) nr 1169/2011”, gdyż wprowadzało konsumentów w błąd co do faktycznego miejsca pochodzenia produktu, o którym mowa w art. 26 tego rozporządzenia, a tym samym naruszenie to godziło w interesy konsumentów.

Wobec powyższego, na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1063), zwanej dalej „ustawą o Inspekcji Handlowej”, Podkarpacki WIIH w drodze decyzji z dnia 7 czerwca 2017 r. (nr akt sprawy:

AŻ.8361.66.2017), zarządził niezwłoczne usunięcie przez stronę nieprawidłowości w zakresie oznakowania pięciu ww. partii produktów o łącznej wartości 28 105,50 zł. Decyzja ta została doręczona stronie 7 czerwca 2017 r.

Pismem z 28 czerwca 2017 r. (złożonym przez stronę osobiście w dniu 21 czerwca 2017 r. w siedzibie inspektoratu), strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, odwołanie od ww. decyzji. w którym podważyła ustalenia kontroli w zakresie uznania, że przedmiotowe produkty były oznakowane w sposób nieprawidłowy i wprowadzający konsumentów w błąd, z naruszeniem treści art. 7 ust. 1 lit. a) rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, oraz że nieprawidłowość ta stwarzała zagrożenie dla bezpieczeństwa lub interesów konsumentów, na uzasadnienie czego przytoczyła szereg argumentów, wnosząc o ich wnikliwe przeanalizowanie.

Pismem z 5 lipca 2017 r., Prezes UOKiK poinformował stronę, że przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w niniejszej sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje, w myśl art. 10 Kpa, prawo do: zapoznania się z aktami sprawy, a także wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań. Strona nie skorzystała z przysługujących jej uprawnień.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 17 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. U. UE L 31 z 1.2.2002 s. 1 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (WE) nr 178/2002”, podmioty działające na rynku spożywczym i pasz zapewniają, na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji w przedsiębiorstwach będących pod ich kontrolą, zgodność tej żywności lub pasz z wymogami prawa żywnościowego właściwymi dla ich działalności i kontrolowanie przestrzegania tych wymogów.

W świetle art. 8 ust. 1 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, podmiotem działającym na rynku spożywczym odpowiedzialnym za informację na temat żywności jest podmiot, pod którego nazwą lub firmą jest wprowadzany na rynek dany środek spożywczy lub – jeżeli ten podmiot nie prowadzi działalności w Unii Europejskiej – importer danego środka na rynek Unii Europejskiej. Z artykułu tego wynika też, że podmiot działający na rynku spożywczym odpowiedzialny za informację na temat żywności zapewnia obecność i rzetelność informacji na temat żywności zgodnie z mającym zastosowanie prawem dotyczącym informacji na temat żywności oraz z wymogami odpowiednich przepisów krajowych (ust. 2); zaś bez uszczerbku dla tego przepisu, podmioty działające na rynku spożywczym zapewniają przestrzeganie w przedsiębiorstwach pozostających pod ich kontrolą wymogów prawa dotyczącego informacji na temat żywności i odpowiednich przepisów krajowych mających znaczenie dla ich działalności i upewniają się, że wymogi te są spełnione (ust. 5).

Stosownie do art. 4 ust. 1 ustawy o jakości handlowej, wprowadzane do obrotu artykuły rolno-spożywcze powinny spełniać wymagania w zakresie jakości handlowej, jeżeli

w przepisach o jakości handlowej zostały określone takie wymagania, oraz dodatkowe wymagania dotyczące tych artykułów, jeżeli ich spełnienie zostało zadeklarowane przez producenta. Pojęcie jakości handlowej zostało zdefiniowane w art. 3 pkt 5 tej ustawy jako cechy artykułu rolno-spożywczego dotyczące jego właściwości organoleptycznych, fizykochemicznych i mikrobiologicznych w zakresie technologii produkcji, wielkości lub masy oraz wymagania wynikające ze sposobu produkcji, opakowania, prezentacji i oznakowania, nieobjęte wymaganiami sanitarnymi, weterynaryjnymi lub fitosanitarnymi.

Zgodnie z art. 8 ust. 1 rozporządzenia (WE) nr 178/2002, prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów świadomego wyboru związanego ze spożywaną żywnością. Jak wynika z kolei z art. 16 tego rozporządzenia, bez uszczerbku dla bardziej szczegółowych przepisów prawa żywnościowego, etykietowanie, reklama i prezentacja żywności lub pasz, z uwzględnieniem ich kształtu, wyglądu lub opakowania, używanych opakowań, sposobu ułożenia i miejsca wystawienia oraz informacji udostępnionych na ich temat w jakikolwiek sposób, nie może wprowadzać konsumentów w błąd.

W świetle art. 3 ust. 1 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, podawanie informacji na temat żywności służy wysokiemu poziomowi ochrony zdrowia i interesów konsumentów przez zapewnienie konsumentom finalnym podstaw do dokonywania świadomych wyborów oraz bezpiecznego stosowania żywności, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zdrowotnych, ekonomicznych, środowiskowych, społecznych i etycznych. Jak stanowi art. 7 ust. 1 lit. a) tego rozporządzenia, informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać konsumenta finalnego w błąd, w szczególności co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji. Jak wynika z kolei z art. 26 ust. 2 lit. a) tego rozporządzenia, wskazanie kraju lub miejsca pochodzenia jest obowiązkowe w przypadku, gdy zaniechanie ich wskazania mogłoby wprowadzać w błąd konsumenta co do rzeczywistego kraju lub miejsca pochodzenia środka spożywczego, w szczególności gdyby informacje towarzyszące środkowi spożywczemu lub etykieta jako całość mogły sugerować, że dany środek spożywczy pochodzi z innego kraju lub miejsca. Miejsce pochodzenia, w myśl art. 2 ust. 2 lit. g) tego rozporządzenia, to miejsce, z którego według zamieszczonej informacji pochodzi dana żywność, a które nie stanowi kraju pochodzenia określonego zgodnie z art. 23-26 rozporządzenia (EWG) nr 2913/92; nazwa, firma lub adres podmiotu działającego na rynku spożywczym umieszczone na etykiecie nie stanowią oznaczenia kraju ani miejsca pochodzenia żywności w rozumieniu niniejszego rozporządzenia.

Na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy o Inspekcji Handlowej, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej, z zastrzeżeniem ust. 2, w drodze decyzji, może zarządzić w toku kontroli m.in. niezwłoczne usunięcie stwierdzonych nieprawidłowości, jeżeli jest to konieczne ze względu na bezpieczeństwo lub interes konsumentów albo interes gospodarczy państwa. Z artykułu tego wynika też, że wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej może upoważnić inspektora do wydania w jego imieniu w toku kontroli decyzji, o której mowa w ust. 1 i 2 (ust. 3) oraz decyzja ta podlega natychmiastowemu wykonaniu (ust. 4).

W niniejszej sprawie, w toku kontroli przeprowadzonej w hurtowni należącej do strony przez inspektorów reprezentujących Podkarpackiego WIIH zakwestionowano sposób oznakowania pięciu ww. partii produktów o łącznej wartości 28 105,50 zł, wprowadzonych do obrotu, co udokumentowano w protokole kontroli z 12 czerwca 2017 r. (nr akt kontroli: AŻ.8361.66.2017). Jak ustalono, wszystkie ww. produkty na etykiecie opisane były nazwą handlową produktu z wyraźnie wyeksponowanym określeniem „BIES CZADOWE”, a na jej tle znajdowała się mapa Bieszczad z nazwami miejscowości związanych z Bieszczadami (tj. „...strzyki Górne”, „Terebowiec”, „Solina”), zaś jednocześnie z informacji zamieszczonych na etykiecie wynikało, że produkty te zostały wyprodukowane na zlecenie strony przez Browar Jabłonowo (woj. mazowieckie) lub Browar Wąsosz (woj. śląskie).

Podkarpacki WIIH uznał, że taki sposób oznakowania produktów, w szczególności ich opis na etykiecie, wyraźnie wyeksponowany i podkreślony przy użyciu grafiki, wprowadzał konsumentów w błąd co do rzeczywistego miejsca pochodzenia produktów, gdyż wskazywał na ich pochodzenie z Bieszczad, podczas gdy nie miały one nic wspólnego z tym regionem. Innymi słowy, konsument sięgający po takie produkty mógł się spodziewać, że pozyskiwanie surowca i/lub jego przetworzenie odbywało się w tej części woj. podkarpackiego, podczas gdy produkty te zostały wyprodukowane przez Browar Jabłonowo (woj. mazowieckie) lub Browar Wąsosz (woj. śląskie), a więc były one związane z zupełnie innymi regionami Polski.

Zdaniem Podkarpackiego WIIH, powyższe stanowiło naruszenie treści art. 7 ust. 1 lit. a) rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, gdyż wprowadzało konsumentów w błąd co do faktycznego miejsca pochodzenia produktu, o którym mowa w art. 26 tego rozporządzenia, a tym samym naruszenie to godziło w interesy konsumentów – co uzasadniało, na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy o Inspekcji Handlowej, wydanie decyzji z dnia 7 czerwca 2017 r., zarządzającej niezwłoczne usunięcie przez stronę nieprawidłowości w zakresie oznakowania przedmiotowych produktów.

Odwołując się od wydanej decyzji, strona podniosła, że pomimo zastosowania się do wszystkich zaleceń tej decyzji, nie zgadza się z jej treścią, gdyż jej zdaniem nie było żadnych podstaw, ani przesłanek do tego, aby uznać, iż przedmiotowe produkty były oznakowane w sposób nieprawidłowy i wprowadzający konsumentów w błąd, z naruszeniem treści art. 7 ust. 1 lit. a) rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, oraz że naruszenie to stwarzało zagrożenie dla bezpieczeństwa lub interesów konsumentów. Na uzasadnienie słuszności swojego stanowiska strona przytoczyła szereg argumentów, wnosząc o ich wnikliwe przeanalizowanie.

W ocenie Prezesa UOKiK, przedstawione przez stronę w argumenty dotyczące zasadności kwestionowania przedmiotowych produktów, są nietrafne i nie zasługują na uwzględnienie. Z ustaleń kontroli udokumentowanych w protokole kontroli z 12 czerwca 2017 r., w tym w załącznikach nr 3 i nr 4 do tego protokołu, stanowiących odpowiednio: zestawienie ocenianych produktów oraz dokumentację fotograficzną przedstawiającą sposób ich oznakowania, wynika jednoznacznie, że produkty te na etykiecie były opatrzone nazwą handlową produktu z wyraźnie wyeksponowanym określeniem „BIES CZADOWE” oraz nazwami geograficznymi związanymi z Bieszczadami (tj. „...strzyki Górne”, „Terebowiec”, „Solina”), a na ich tle przedstawiona została graficznie siatka poziomic, wskazujących – jak

sama strona przyznała w odwołaniu – na teren górzysty, będący wycinkiem mapy Bieszczad. Nie ulega wątpliwości, że taki sposób oznakowania produktów, w szczególności ich opis na etykiecie, wyraźnie wyeksponowany i podkreślony przy użyciu szaty graficznej, wprowadzał konsumentów w błąd co do rzeczywistego miejsca pochodzenia produktu, gdyż wskazywał na ich pochodzenie z Bieszczad, podczas gdy nie miały one nic wspólnego z tym regionem. Taki sposób oznakowania produktów budził w konsumentach przeświadczenie, że mają oni do czynienia z produktami związanymi z tą częścią woj. podkarpackiego, a dopiero dokładne przestudiowanie informacji zapisanych najmniejszą czcionką pozwalało na ustalenie, że produkty te zostały wytworzone przez Browar Jabłonowo (woj. mazowieckie) lub Browar Wąsosz (woj. śląskie), a związku z tym, że były one związane z zupełnie innym regionem Polski. Dodatkowo tę sugestię wzmacniały inne elementy szaty graficznej, takie jak: postać górala (dla piwa „BIES CZADOWE jasne”) i niedźwiedzia (dla piwa „BIES CZADOWE plaster miodu”), budzące skojarzenia z górami.

Podkreślenia wymaga, że w kwestii umieszczania na etykietach produktów elementów graficznych wypowiedział się m.in. Naczelny Sąd Administracyjny w Warszawie w wyroku z dnia 15 grudnia 2008 r. sygn. akt II GSK 543/08. Sąd stwierdził, że element graficzny oznakowania, tj. umieszczone na etykiecie głównej zdjęcie ruin Koloseum w Rzymie może sugerować konsumentowi, że produkt ma włoskie pochodzenie. Analogicznie, w niniejszej sprawie użycie elementów graficznych w postaci wycinka mapy Bieszczad i dodatkowo elementów słownych w postaci określenia „BIES CZADOWE” oraz nazw geograficznych „...strzyki Górne”, „Terebowiec” i „Solina”, może wywoływać u konsumenta sugestię, że tak oznakowane produkty mają bieszczadzkie pochodzenie.

Zdaniem Prezesa UOKiK, nie wszyscy konsumenci posiadają wiedzę, iż miejscowości Jabłonowo i Wąsosz nie leżą w Bieszczadach. Należy także zwrócić uwagę na wielkość czcionek, którymi przekazywane były poszczególne informacje o produkcie. Niewątpliwie, największą czcionką zapisano określenie „BIES CZADOWE”, zaś najmniejszą – wymagane informacje o produkcie, w tym m.in. wskazanie browaru, w którym go wyprodukowano na zlecenie strony. Dodać należy, że nazwa lub firma i adres podmiotu działającego na rynku spożywczym, o którym mowa w art. 8 ust. 1 rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, umieszczone na etykiecie produktu nie stanowią oznaczenia jego miejsca pochodzenia, w rozumieniu art. 2 ust. 2 lit. g) tego rozporządzenia. Z świetle tego przepisu, miejsce pochodzenia to miejsce, z którego według zamieszczonej informacji pochodzi dana żywność, a które nie stanowi kraju pochodzenia określonego zgodnie z art. 23-26 rozporządzenia (EWG) nr 2913/92; nazwa, firma lub adres podmiotu działającego na rynku spożywczym umieszczone na etykiecie nie stanowią oznaczenia kraju ani miejsca pochodzenia żywności w rozumieniu niniejszego rozporządzenia. Użyta przez stronę gra słów „Bies” i „Czadowe” tworzy w zbliżeniu nazwę gór, zaś w połączeniu ze wskazanymi powyżej nazwami geograficznymi w sposób wyraźny wskazuje na Bieszczady, włącznie z sugestiami dotyczącymi bieszczadzskich legend, zgodnie z którymi właśnie „biesom” i „czadom” góry te – tak, jak to miało miejsce w niniejszej sprawie – mają zawdzięczać swoją nazwę.

Jak wynika z wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 24 września 2010 r. sygn. akt VI SA/Wa 901/10, oznakowanie wprowadzające konsumentów

w błąd to nie tylko oznakowanie nieprawdziwe, mylące, ale także niepełne, niewystarczająco precyzyjne czy wieloznaczne.

Jak wskazała strona w odwołaniu, określenie „BIES CZADOWE” zgłoszone zostało do Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej jako znak towarowy. Rejestracja znaku towarowego nie jest jednak równoznaczna z prawem do jego stosowania wbrew warunkom prawa powszechnie obowiązującego. Z wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 30 grudnia 2013 r. sygn. akt VI SA/Wa 1846/13 wynika, że oznakowaniem są wszelkie informacje w postaci wyrazów, opisów, znaku towarowego, firmy, elementów graficznych, symboli. Znakowanie musi być wykonane w języku polskim, a także w sposób czytelny, zrozumiały i widoczny. Ponadto, oznakowanie produktu nie może wprowadzać konsumentów w błąd. W związku z tym, wszelkie elementy etykiety i opakowania (nawet pełniące zadanie dekoracyjne), także gdy są zastrzeżonym znakiem towarowym, stanowią oznakowanie. Tym samym, określenie „BIES CZADOWE”, nawet jeśli jest zarejestrowane jako znak towarowy, jest – w ocenie Prezesa UOKiK – elementem oznakowania i ma wpływ na postrzeganie produktu przez konsumentów.

Odnosząc się do wskazanego przez stronę w odwołaniu wzorca konsumenta, będącego osobą spostrzegawczą, wykształconą, rozumującą racjonalnie i z rozeznaniem oraz należycie dbającą o własne interesy, uważną, rozsądną, świadomą swoich wyborów, należy zwrócić uwagę, że nie zwalnia on podmiotów znakujących środki spożywcze od przestrzegania uregulowań prawnych w zakresie przekazywania konsumentom informacji na ich temat, w tym od zapewnienia czytelności tych informacji. W myśl art. 36 ust. 2 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, w przypadku, gdy informacje na temat żywności są przekazywana na zasadzie dobrowolności, jak w niniejszej sprawie, nie mogą one być niejednoznaczne ani dezorientować konsumenta. Bezsprzeczny jest fakt, że określenie „BIES CZADOWE” oraz nazwy geograficzne „...strzyki Górne”, „Terebowiec” i „Solina”, były o wiele bardziej widoczne i czytelne dla konsumentów niż wskazanie browaru, a przez to można założyć, że jako pierwsze były rejestrowane przez wzrok człowieka, a w związku z tym dezorientowały konsumenta. Należy przy tym wskazać na stanowisko Naczelnego Sądu Administracyjnego zawarte w przytoczonym powyżej wyroku z dnia 15 grudnia 2008 r. sygn. akt II GSK 543/08, w którym Sąd podzielił argumentację, że całościowe spojrzenie na zawarte na etykietach informacje może wywoływać u konsumenta błędne skojarzenia. Przeciętny konsument jest osobą należycie poinformowaną, uważną i racjonalną, która potrafi wykorzystać posiadany zasób informacji do samodzielnej analizy adresowanych do niej przekazów rynkowych, ale nie upoważnia to producenta do stosowania oznaczeń, które wprowadzają konsumenta w błąd co do rodzaju i pochodzenia produktu.

W niniejszej sprawie, wprowadzone do obrotu przez stronę przedmiotowe produkty wytworzone zostały przez Browar Jabłonowo (woj. mazowieckie) lub Browar Wąsosz (woj. śląskie), podczas gdy ich etykiety nawiązują jednak do Bieszczad. Z punktu widzenia prawa żywnościowego istotne jest miejsce pochodzenia produktu, obejmujące większość etapów jego produkcji, łącznie z pozyskaniem surowca, a nie miejsce sprzedaży. Zdaniem Prezesa UOKiK, okoliczność, na którą strona powołuje się w odwołaniu, że prowadzi ona działalność handlową na terenie Podkarpacia nie daje jej prawa do znakowania produktów w sposób sugerujący, że jest to produkt bieszczadzki. Etykiety należy oceniać jako całość, a nie tylko jej

poszczególne elementy. Tłumaczenie strony zawarte w odwołaniu, że zakwestionowane piwa są „Bies Czadowe”, a nie „Bieszczadzkie” w kontekście, gdy w ich oznakowaniu użyto dodatkowo nazw geograficznych jednoznacznie wskazujących na pasma górskie Bieszczad, takie jak: „...strzyki Górne” (pełna nazwa to „Ustrzyki Górne”), „Terebowiec”, „Solina”, nie zasługuje na uwzględnienie. Siedziba strony znajduje się w Rudnej Wielkiej k. Rzeszowa, a jej oddział w Cisnej (w Bieszczadach). Zdaniem strony, Rudna Wielka, gdzie mieści się kontrolowana hurtownia i gdzie odbywa się etykietowanie produktów leży w sąsiedztwie Bieszczad, w niewielkiej odległości od nich (ok. 100 km), a ponadto leży ona w Kotlinie Sandomierskiej, znajdującej się na północ od pasma Karpat. Bezsporna jest zaś lokalizacja Cisnej, tj. miejsca zamieszkania wspólników spółki cywilnej. Należy jednak wskazać, że etykiety przedmiotowych piw sugerują, że miejscem pochodzenia wyrobów są Bieszczady. Miejsce prowadzenia działalności gospodarczej ma w tym zakresie znaczenie drugorzędne. Faktem jest natomiast, że piwa te zostały wyprodukowane w innych regionach Polski, tj. Jabłonowie lub Wąsoszu. Ponadto, z dokumentów dołączonych do akt sprawy (tj. faktur, specyfikacji jakości produktu, umów zawartych między stroną i producentami) wynika, że są to produkty pochodzące z Browaru Jabłonowo lub Browaru Wąsosz, które etykietowane są samodzielnie przez stronę i wobec których brak jest szczególnych wymagań odnośnie miejsca pochodzenia składników. Z dokumentów tych wynika, że piwa „BIES CZADOWE” to w rzeczywistości m.in. piwa „Wąsosz jeżynowe”, „Wąsosz Malinowe”, „Jabłonowo na miodzie gryczanym”, które sprzedawane były przez stronę w hurtowni w Rudnej Wielkiej jako piwa regionalne „BIES CZADOWE”. Nie sposób także podzielić poglądu strony wyrażonego w odwołaniu, że piwa „BIES CZADOWE”, nawet jeśli zawierają w swojej nazwie handlowej odniesienie do Bieszczad, czyli do konkretnego obszaru geograficznego, to funkcjonują na rynku na tych samych zasadach, jak np. „kiełbasa krakowska” czy „połędwica sopocka”, gdyż wskazane przykłady dotyczą produktów, które funkcjonują na rynku od kilkadziesiąt lat i na które w Polsce istniały normy branżowe, a więc nazwy te, w przeciwieństwie do piwa „BIES CZADOWEGO”, zostały przyjęte na rynku i utrwaliły się jako nazwy zwyczajowe. Dodać należy, że zgodnie z art. 2 ust. 2 lit. o) rozporządzenia (UE) nr 1169/2011, nazwa zwyczajowa to nazwa, która jest akceptowana jako nazwa środka spożywczego przez konsumentów w państwie członkowskim, w którym żywność ta jest sprzedawana, bez potrzeby jej dalszego wyjaśniania, czego z pewnością nie można odnieść do nazwy „Bies Czadowe”.

Należy zaznaczyć, że wynikające z art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy o Inspekcji Handlowej uprawnienie wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej do wydawania w toku kontroli decyzji podlegających natychmiastowemu wykonaniu stanowi szczególne narzędzie organu, które można wykorzystać w sytuacji, gdy jest to konieczne ze względu na bezpieczeństwo lub interes konsumentów albo interes gospodarczy państwa. Dlatego decyzji tej został ustawowo przyznany rygor natychmiastowej wykonalności.

Podsumowując powyższe, należy stwierdzić, że w przedstawionym stanie faktycznym, wydanie zaskarżonej decyzji na podstawie art. 18 ust. 1 pkt 1 ustawy o Inspekcji Handlowej, zarządzającej niezwłoczne usunięcie przez stronę nieprawidłowości w zakresie oznakowania przedmiotowych produktów, było zasadne i konieczne ze względu na interes konsumentów.

Prezes UOKiK, stosownie do art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej. Wobec powyższego, w myśl art. 127 § 2 Kpa w związku z art. 1 ust. 3 ustawy o Inspekcji Handlowej, Prezes UOKiK jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 1 Kpa, organ odwoławczy posiada kompetencje do wydania decyzji, w której utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes UOKiK orzekł, jak w sentencji.

Niniejsza decyzja jest ostateczna w trybie postępowania administracyjnego.

Pouczenie

1. Decyzja jest ostateczna w toku instancji. W terminie 30 dni od jej doręczenia stronie przysługuje skarga do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie. Skargę należy wnieść za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa.
2. Od skarg wszczynających postępowanie przed sądem administracyjnym od strony skarżącej pobierana jest opłata, tzw. wpis stały, który wynosi 200 zł. Opłatę tę uiszcza się gotówką do kasy Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie lub na rachunek bankowy tego Sądu.
3. W przypadku wniesienia od niniejszej decyzji skargi do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, strona ma możliwość ubiegania się o przyznanie prawa pomocy. Prawo pomocy może być przyznane stronie na wniosek złożony przed wszczęciem postępowania lub w toku postępowania sądownoadministracyjnego. Wniosek ten jest wolny od opłat sądowych. Wniosek o przyznanie prawa pomocy należy złożyć do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie.

Z up. PREZESA
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
ZASTĘPCA DYREKTORA
Departamentu Inspekcji Handlowej
Dariusz Łomowski

Otrzymują:

1. Bartłomiej Majda
Świat Piv Bartłomiej Majda
ul. Zimowit 11/4
35-605 Rzeszów
2. Urszula Skorek
Świat Piv Urszula Skorek
Rudna Wielka 190a
36-054 Rudna Wielka
3. Podkarpacki Wojewódzki Inspektor
Inspekcji Handlowej w Rzeszowie
4. a/a