



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-709-124( 5 )/16/JS

Warszawa, 30 stycznia 2017 r.

**DECYZJA DIH-1/ 8 /2017**

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2016 r. poz. 23, z późn. zm.), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2016 r. poz. 1059, z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpatrzeniu odwołania Instytutu Rozwoju i Zarządzania Sp. z o.o., z siedzibą w Krośnie, od decyzji Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Rzeszowie z 28 listopada 2016 r. (nr akt sprawy: DK.8361.137.2016), którą na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2016 r. poz. 1604 z późn. zm.) ww. przedsiębiorcy została wymierzona kara pieniężna w wysokości 2.000 zł (słownie: dwa tysiące złotych), z tytułu wprowadzenia do obrotu jednego produktu o nazwie Royal Burger Polski Borowik zafałszowanego w rozumieniu art. 3 pkt 10 ww. ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych z uwagi na podanie niezgodnie z prawdą ilości – mięsa wołowego składnika głównego potrawy, **utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.**

**UZASADNIENIE**

W dniach od 10 do 18 sierpnia 2016 r., inspektorzy reprezentujący Podkarpackiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Rzeszowie, zwanego dalej „Podkarpackim WIIH”, przeprowadzili kontrolę w barze Doner King w Krośnie należącym do Instytutu Rozwoju i Zarządzania Sp. z o.o., z siedzibą w Krośnie, zwanego dalej również „stroną”, podczas której sprawdzono jakość handlową produktu oferowanego do sprzedaży pod nazwą *Royal Burger Polski Borowik* o zadeklarowanym w cenniku (menu) i ulotkach reklamowych składzie: *wołowina 175 g, mix salat + rukola, borowiki z cebulką i sosem śmietanowym*. W toku prowadzonych czynności dokonano na będącej na wyposażeniu Inspekcji Handlowej wadze z cechą legalizacji „VIII.15” przeważenia wołowiny, stanowiącej główny składnik potrawy, stwierdzając że masa wołowiny jest niższa od deklarowanej o 34 g i wynosi 141 g. Podana w karcie menu informacja o ilości wołowiny 175 g była zgodna z

ilością nominalną pojedynczej mrożonej porcji wołowiny (burgera) deklarowaną przez producenta. Na okoliczność stwierdzenia nieprawidłowości strona 18 sierpnia 2016 r., złożyła wyjaśnienia, wskazując m.in. na brak zamiaru wprowadzenia konsumentów w błąd oraz fakt krótkiego prowadzenia działalności gospodarczej. Stwierdziła, że produkty otrzymuje od franczyzodawcy i podawane przez nią informacje o składzie potraw opierały się na otrzymanych deklaracjach. Kontrolowany wskazał ponadto, że nie posiadał wiedzy na temat procesów obróbki termicznej oraz że w wyniku kontroli podjął działania naprawcze zmierzające do poprawy oznakowania oferowanego do sprzedaży produktu.

Niższa zawartość wołowiny w potrawie o 34 g (20%) od deklarowanej była zafałszowaniem produktu w rozumieniu art. 3 pkt 10 lit. c ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2016 r. poz. 1604 z późn. zm.) zwanej dalej „ustawą o jakości handlowej”. Wprowadzenie do obrotu artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego naruszało przepisy art. 4 tej ustawy.

Przebieg kontroli udokumentowany został w protokole kontroli z 18 sierpnia 2016 r., nr akt DK.8361.137.2016 wraz z załącznikami.

W związku z powyższym pismem z 26 października 2016 r. Podkarpacki WIIH poinformował Instytut Rozwoju i Zarządzania Sp. z o.o., z siedzibą w Krośnie o wszczęciu postępowania administracyjnego w sprawie wymierzenia kary pieniężnej określonej w art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej z tytułu wprowadzenia do obrotu jednego produktu o nazwie Royal Burger Polski Borowik zafałszowanego. Podkarpacki WIIH poinformował też stronę o przysługującym jej prawie do zapoznania się z aktami i prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Strona nie skorzystała z przysługujących uprawnień, a pismem z 16 listopada 2016 r. przesłała informację o wysokości osiągniętego przez nią przychodu.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją z 28 listopada 2016 r. (nr akt: DK.8361.137.2016), Podkarpacki WIIH na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, wymierzył Instytutowi Rozwoju i Zarządzania Sp. z o.o., z siedzibą w Krośnie karę pieniężną w wysokości 2.000 zł (słownie: dwa tysiące złotych) z tytułu wprowadzenia do obrotu ww. zafałszowanego produktu.

Pismem z 12 grudnia 2016 r., strona złożyła odwołanie do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, wnosząc o uchylenie zaskarżonej decyzji lub obniżenie nałożonej kary. W uzasadnieniu do odwołania strona wskazała, że nie kwestionuje ustaleń faktycznych dokonanych przez organ pierwszej instancji, a jedynie biorąc pod uwagę przedstawione wyjaśnienia i trudną sytuację finansową prosi o odstąpienie od wymierzania kary pieniężnej lub jej obniżenie. W uzasadnieniu

odwołania strona wskazała, że jej zdaniem przy wymierzeniu kary Podkarpacki WIIH nie uwzględnił:

- rozszerzenia działalności spółki o działalność gastronomiczną, co nastąpiło w lutym 2016 r., zmiany jej struktury właścicieli oraz wygenerowania strat, ponadto poniesienia kosztów związanych z remontami, zakupem urządzeń, zatrudnieniem dwunastu osób a także dostosowaniem budynku do wymogów sanitarnych;
- okoliczności, że sprzedaż produktów rozpoczęła się 27 maja 2016 r., zaś kontrola została wszczęta 10 sierpnia 2016 r. Strona wskazała na działania naprawcze w postaci wycofania i wymiany materiałów zawierających nierzetelne informacje i na ich natychmiastowy charakter. Zdaniem strony zastosowana w dniach 27 – 31 maja 2016 r. promocja i stosowana wtedy cena zrekompensowała wprowadzenie konsumenta w błąd. Strona poinformowała również o wysokości marży (ok. 20%) i przedstawiła zysk osiągnięty ze sprzedaży zakwestionowanego produktu, podając że kara jest ponad trzykrotnie wyższa od zysku;
- działań naprawczych strony i ich bezzwłocznego charakteru, jak i współpracy w tym zakresie z inspektorami Inspekcji Handlowej.

Strona zakwestionowała również przyjęty w decyzji Podkarpackiego WIIH stopień szkodliwości, który organ ocenił jako najwyższy oraz podkreśliła brak świadomego wprowadzenia konsumentów w błąd. Strona wskazała, że ulotki, menuboardy i pozostałe informacje zostały narzucone przez franczyzodawcę, a spółka nie miała możliwości ingerencji w treści tam zamieszczane i przyjęła je w dobrej wierze. W opinii strony krótki okres działalności, przy braku doświadczenia w gastronomii nie wystarczył na wprowadzenie mechanizmów kontroli wewnętrznej.

Pismem z 10 stycznia 2017 r., Prezes UOKiK poinformował Instytut Rozwoju i Zarządzania Sp. z o.o., z siedzibą w Krośnie, że przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje na podstawie 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 tych praw.

### **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. L UE 31 z

01.02.2002, s. 1 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem 178/2002”, podmioty działające na rynku spożywczym i pasz zapewniają, na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji w przedsiębiorstwach będących pod ich kontrolą, zgodność tej żywności z wymogami prawa żywnościowego właściwymi dla ich działalności i kontrolowanie przestrzegania tych wymogów.

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

Rozporządzenie 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 uchylecia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektywy Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. U. UE L 304 z 22.11.2011 r., s. 18, z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem 1169/2011” w art. 8 doprecyzowało zasady odpowiedzialności podmiotów za informację o żywności. Podmiotem działającym na rynku spożywczym odpowiedzialnym za informację na temat żywności jest podmiot, pod którego nazwą lub firmą jest wprowadzany na rynek dany środek spożywczy lub – jeżeli ten podmiot nie prowadzi działalności w Unii – importer danego środka na rynek Unii (art. 8 ust. 1 tego rozporządzenia). Podmiot odpowiedzialny za informację na temat żywności zapewnia obecność i rzetelność informacji zgodnie z mającym zastosowanie prawem dotyczącym informacji na temat żywności oraz z wymogami odpowiednich przepisów krajowych (art. 8 ust. 2 rozporządzenia).

Jak stanowi art. 8 ust. 5 ww. rozporządzenia, bez uszczerbku dla ust. 2-4 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.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 lit. a rozporządzenia 1169/2011, informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, w szczególności co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, (...).

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

w przepisach o jakości handlowej zostały określone takie wymagania oraz dodatkowe wymagania dotyczące tych artykułów, jeżeli ich spełnienie zostało zadeklarowane przez producenta. Definicja jakości handlowej zawarta w art. 3 pkt 5 ustawy o jakości handlowej obejmuje cechy artykułu rolno-spożywczego w zakresie technologii produkcji, wielkości lub masy oraz wymagania wynikające ze sposobu produkcji, opakowania, prezentacji i oznakowania artykułów rolno-spożywczych, nieobjęte wymaganiami sanitarnymi, weterynaryjnymi lub fitosanitarnymi.

Artykuł rolno-spożywczy zafałszowany, jak wynika z art. 3 pkt 10 lit. c ustawy o jakości handlowej, oznacza produkt, którego skład jest niezgodny z przepisami dotyczącymi jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych, albo produkt, w którym zostały wprowadzone zmiany, w tym zmiany dotyczące oznakowania, mające na celu ukrycie jego rzeczywistego składu lub innych właściwości, jeżeli niezgodności te lub zmiany w istotny sposób naruszają interesy konsumentów finalnych, w szczególności jeżeli w oznakowaniu podano niezgodne z prawdą dane w zakresie składu, pochodzenia, terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości, zawartości netto lub klasy jakości handlowej.

W myśl art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, każdy, kto wprowadza do obrotu artykuły rolno-spożywcze zafałszowane, podlega karze pieniężnej w wysokości nie wyższej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, nie niższej jednak niż 1.000 zł. Ustalając wysokość kary pieniężnej, zgodnie z art. 40a ust. 5 tej ustawy, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej uwzględnia: stopień szkodliwości czynu, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów oraz przychodu, a także wartość kontrolowanych artykułów rolno-spożywczych.

W przypadku niskiego stopnia szkodliwości czynu, niewielkiego zakresu naruszenia lub braku stwierdzenia istotnych uchybień w dotychczasowej działalności podmiotu można odstąpić od wymierzenia ww. kary pieniężnej (por. art. 40a ust. 5c ustawy o jakości handlowej).

W niniejszej sprawie, w wyniku kontroli dokonano przeważenia pochodzącej z zakupu kontrolnego, wołowiny stanowiącej główny składnik potrawy *Royal Burger Polski Borowik* o zadeklarowanym w cenniku i ulotkach reklamowych składzie: *wołowina 175 g, mix salat + rukola, borowiki z cebulką i sosem śmietanowym*, stwierdzając że masa wołowiny jest niższa od deklarowanej o 34 g i wynosi 141 g. Tym samym Podkarpacki WIIH uznał, że ww. potrawa była zafałszowana w rozumieniu definicji określonej w art. 3 pkt 10 lit. c ustawy o jakości handlowej. Z tytułu wprowadzenia do obrotu artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego, na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej, organ

pierwszej instancji wymierzył ww. przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości 2.000 zł (słownie: dwa tysiące złotych).

Odwołując się od wydanej decyzji, strona nie zanegowała faktu, iż zawartość głównego składnika potrawy, tj. wołowiny była zaniżona, natomiast podniosła, że stwierdzone zaniżenie wynikało z informacji i zaufania do franczyzodawcy i nie było celowe.

Odnosząc się do powyższego Prezes UOKiK wskazuje, że zafałszowanie nie polegało na obniżonej zawartości masy burgera wołowego mrożonego dostarczonego stronie, lecz obniżeniu masy burgera w potrawie przygotowywanej przez stronę, gdzie ubytek masy wiązał się z przeprowadzoną przez nią obróbką termiczną burgera. Zatem informacja o gramaturze burgera od franczyzodawcy w żaden sposób nie wpływała na powstanie zafałszowania potrawy. Strona była wytwórcą produktu końcowego oferowanego konsumentom finalnym, zatem tylko ona odpowiada za stwierdzone nieprawidłowości. Należy też podkreślić, że nie mogą odnieść zamierzonego skutku wywody strony mające wskazywać na brak celowego i umyślnego zamiaru wprowadzania do obrotu zafałszowanego środka spożywczego, gdyż organ w toku postępowania nie bada intencji, zamiaru czy stopnia umyślności po stronie podmiotu wprowadzającego do obrotu zafałszowany produkt, ponieważ nałożenie kary jest niezależne od tych okoliczności. Powszechnie wiadomym jest (bez doświadczenia w gastronomii), że masa mięsa mrożonego nigdy nie będzie równa masie tego samego mięsa po obróbce termicznej. Ponadto przede wszystkim zaznaczyć należy, że to strona, zgodnie z cytowanymi wyżej regulacjami art. 17 ust. 1 rozporządzenia 178/2002 i art. 8 ust. 1, 2, 5 rozporządzenia 1169/2011, była odpowiedzialna za zapewnienie zgodności sprzedawanych produktów z przepisami prawa żywnościowego i nie mogła wprowadzać w błąd konsumenta finalnego.

W kwestii krótkiego okresu działalności strony w zakresie gastronomii, Prezes UOKiK wyjaśnia, że nie może ona stanowić przesłanki zwalniającej przedsiębiorcę z odpowiedzialności za wprowadzenie do obrotu artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego, zaś koszty poniesione przez spółkę w związku z organizacją przedsiębiorstwa nie mają znaczenia dla podstawy wymierzenia i wysokości kary administracyjnej w związku z naruszeniem przepisów ustawy o jakości handlowej i podlegają ocenie w oderwaniu od wprowadzenia przez przedsiębiorcę w błąd konsumenta finalnego.

Prezes UOKiK wskazuje, że ustawa o jakości handlowej w art. 40a ust. 1 pkt 4 wprowadza mechanizm polegający na tym, że każdy, w stosunku do kogo zostanie ustalone, że wprowadził do obrotu (niezależnie czy świadomie czy nieświadomie) produkt zafałszowany w rozumieniu art. 3 pkt 10 ustawy o jakości handlowej, podlega karze pieniężnej określonej w tym przepisie. Ustawodawca zakłada więc istnienie odpowiedzialności w każdej sytuacji naruszenia przepisów prawa żywnościowego. Oznacza

to, że samo stwierdzenie – udowodnienie faktu wprowadzenia do obrotu nieodpowiadających jakości handlowej produktów, powoduje konieczność nałożenia stosownej kary, co znajduje potwierdzenie na gruncie praktyki sądowo-administracyjnej, np. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 4 sierpnia 2010 r. sygn. akt VI SA/Wa 894/10. Odpowiedzialność określona w tym przepisie ma charakter obiektywny, natomiast przesłanką jej przyjęcia jest tylko fakt wprowadzenia do obrotu (por. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 4 października 2012 r., sygn. II GSK 1339/11). Należy zaznaczyć, że wymierzana na podstawie tego przepisu kara jest środkiem sankcjonującym naruszanie prawa żywnościowego, a celem regulacji jest ogólnie pojęty interes konsumentów, w szczególności zapewnienie, że nabywane przez nich artykuły rolno-spożywcze są właściwej jakości handlowej.

Wymierzając karę pieniężną z art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej organ bierze m.in. pod uwagę wielkość przychodu i obrotu przedsiębiorcy, jak również wartość zakwestionowanych towarów. O ile wartość kontrolowanego produktu była niewielka (18,90 zł – zakup kontrolny), to należy zauważyć, że praktyka podawania masy burgera w potrawie przed jego obróbką termiczną odnosiła się do wszystkich oferowanych burgerów. Wbrew stanowisku strony na wysokość kary pieniężnej wymierzonej w trybie przepisów ustawy o jakości handlowej wpływa wielkość przychodu, rozumianego jako całość przychodów danego przedsiębiorcy, a nie tylko zysk ze sprzedaży danego produktu. Znajduje to potwierdzenie w wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 29 października 2015 r. sygn. II GSK 1914/14, w którym wskazano, że dokonując wykładni z art. 40a ust. 1 pkt 4 ustawy o jakości handlowej nie sposób pominąć ust. 8 art. 40a tej ustawy, zgodnie z którym w zakresie nieuregulowanym w ustawie do kar pieniężnych stosuje się odpowiednio przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2015 r. poz. 613 z późn. zm.). Przywołany w ust. 8 art. 40a ustawy o jakości handlowej dział III Ordynacji podatkowej odnosi się do kwestii zobowiązań podatkowych, a tym samym sposobu ustalenia wysokości zobowiązania podatkowego – w deklaracji lub decyzji organu. Dla prawidłowego wymierzenia kary pieniężnej miarodajne jest więcej pojęcie przychodu, którym posługuje się ustawodawca na gruncie ustaw podatkowych. Tym samym nie można przyjąć sposobu wyliczenia zysku przez stronę, jako że z przepisów jasno wynika że jednym z kryteriów wpływających na wymiar kary pieniężnej jest przychód w rozumieniu przepisów prawa podatkowego, nie sam zaś zysk za sprzedany produkt. Zauważyć przy tym należy że krótki okres działalności przedsiębiorcy i wielkość jego przychodu miały wpływ na wysokość kary pieniężnej, której wielkość mogłaby być wyższa w przypadku dłuższego okresu prowadzenia firmy i w związku z tym uzyskania większego przychodu z działalności, zaś w przedmiotowej sprawie musiała się mieścić w przedziale od 1 000 zł do 5 988,64 zł.

Za całkowicie nietrafny należy uznać pogląd strony wskazujący na rekompensatę dla konsumentów w okresie trwania promocji. Konsument nabywając produkt zarówno w cenie promocyjnej jak i nie promocyjnej, ma prawo oczekiwać że jest on zgodny z deklaracją zawartą w oznakowaniu. Oferowanie potrawy, w której masa składnika głównego została zmniejszona jest działaniem wprowadzającym w błąd, niezależnie od tego czy produkt ten jest oferowany w cenie promocyjnej czy nie, a także przeczy pojęciu promocji z uwagi na brak świadomości po stronie nabywcy co do rzeczywistej jakości produktu. Nierzetelne informowanie w oznakowaniu produktów o ich właściwościach i cechach godzi w interesy konsumentów i jest sprzeczne z wymogami zarówno polskiego jak i europejskiego prawa żywnościowego.

Podanie nieprawdziwych danych dotyczących zawartości głównego składnika potrawy w sposób istotny mogło utrudnić dokonanie świadomego wyboru, bowiem konsument miał prawo oczekiwać, że produkt, który kupuje spełnia wymogi jakościowe znajdujące się w oznakowaniu.

Odnosząc się do zarzutu strony w kwestii oceny stopnia szkodliwości, Prezes UOKiK zauważa że w przypadku produktu zafałszowanego, gdzie podano niezgodnie z prawdą dane dotyczące zawartości głównego składnika jest istotnym naruszeniem interesów konsumenta, tym bardziej że w przedmiotowej sprawie było to działanie systemowe, a nie przypadek, stąd Podkarpacki WIIH prawidłowo ocenił stopień szkodliwości jako najwyższy.

Po szczegółowej analizie akt sprawy organ drugiej instancji stwierdził, że wysokość wymierzonej stronie kary pieniężnej odpowiada warunkom określonym w art. 40a ust. 1 pkt 4 oraz przesłankom wynikającym z art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej i w całości podziela ocenę jaką w tym zakresie zajął Podkarpacki WIIH.

W związku z powyższym, wymierzenie kary, jak uczynił to organ pierwszej instancji, zdaniem Prezesa UOKiK, było prawidłowe. W ocenie Prezesa UOKiK wymierzona kara jest właściwa do osiągnięcia zakładanego celu, jakim jest zapewnienie, aby w sprzedaży dostępne były tylko artykuły rolno-spożywcze odpowiadające jakości handlowej, w tym bez znamion zafałszowania. Jednocześnie wymierzenie kary spełni funkcję prewencyjną i represyjną, skłaniając kontrolowanego do przestrzegania przepisów o jakości handlowej.

Zdaniem organu odwoławczego, w przedmiotowej sprawie, zostały podjęte wszelkie niezbędne kroki do pełnego wyjaśnienia stanu faktycznego oraz do jej prawidłowego załatwienia. Podkarpacki WIIH, wydając zaskarżoną decyzję zebrał spójny materiał dowodowy, pozwalający na jednoznaczne przyjęcie, że ustalony stan faktyczny daje podstawy do wymierzenia stronie kary pieniężnej z tytułu wprowadzenia do obrotu artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego.



Organ drugiej instancji nie negując działań naprawczych strony, zauważa jednocześnie że miały one charakter następczy i zostały wykonane w związku kontrolą Inspekcji Handlowej, a poprawienie informacji udzielanych konsumentom, leży także w dobrze rozumianym interesie przedsiębiorcy. Eliminując nieprawidłowości w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej strona, ogranicza tym samym negatywne dla siebie skutki związane z naruszeniem obowiązujących przepisów w przeszłości.

Argumenty przedstawione przez stronę jak i zawarty w odwołaniu wniosek o uchylenie decyzji lub obniżenie wysokości kary, należy uznać za niezasadne, zarówno w świetle ustaleń kontroli, jak i obowiązujących przepisów prawa w przedmiocie wymierzenia kary pieniężnej na gruncie ustawy o jakości handlowej. Stąd też postępowanie organu pierwszej instancji w tym zakresie należy uznać za prawidłowe a zaskarżoną decyzję utrzymać w mocy.

Kolejna wskazana przez stronę okoliczność, że w chwili obecnej nie stać jej na zapłacenie takiej kwoty z uwagi na poniesione wydatki (inwestycje w prowadzoną działalność gospodarczą) również nie mogła, zdaniem Prezesa UOKiK, stanowić podstawy dla decyzji o obniżeniu tej kary. W myśl art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej na wysokość kary pieniężnej wpływają: stopień szkodliwości czynu, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów oraz przychodu, a także wartość kontrolowanych artykułów rolno-spożywczych. Przepis ten nie nakazuje organowi przy wymierzaniu kary pieniężnej brania pod uwagę finansowej kondycji przedsiębiorstwa. Przesłanki te mogą zostać uwzględnione dopiero wtedy, gdy decyzja o wymierzeniu kary pieniężnej stanie się ostateczna, w postępowaniu prowadzonym na podstawie art. 67a § 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2015 r. poz. 613, z późn. zm.). W myśl tego przepisu, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej, na wniosek strony w przypadkach uzasadnionych ważnym interesem strony lub interesem publicznym, może:

- 1) odroczyć termin płatności podatku (kary) lub rozłożyć zapłatę podatku na raty,
- 2) odroczyć lub rozłożyć na raty zapłatę zaległości podatkowej wraz z odsetkami za zwłokę lub odsetki określone w decyzji,
- 3) umorzyć w całości lub w części zaległości podatkowe, odsetki za zwłokę lub opłatę prolongacyjną.

Zgodnie z art. 40a ust. 6 i 7 ustawy o jakości handlowej, karę pieniężną, o której mowa w sentencji decyzji, stanowiącą dochód budżetu państwa, należy wpłacić na rachunek bankowy Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Rzeszowie, w terminie 30 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stanie się ostateczna.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zgodnie z art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej. Zatem, w myśl art. 127 § 2 Kpa w związku z art. 1 ust. 3 ustawy o Inspekcji Handlowej, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

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

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

**Niniejsza decyzja jest ostateczna w trybie postępowania administracyjnego.**

### **Pouczenie**

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

z up. PREZESA  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
ZASTĘPCA DYREKTORA  
Departamentu Inspekcji Handlowej  
Dariusz Łomowski

### **Otrzymują:**

1. Instytut Rozwoju  
i Zarządzania Sp. z o.o.  
ul. Piłsudskiego 27  
38-400 Krosno
2. Podkarpacki Wojewódzki Inspektor  
Inspekcji Handlowej w Rzeszowie
3. a/a