



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, 29 listopada 2022 r.

DIH-3.707.117.2022.AB

**DECYZJA DIH-III/136/2022**

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2022 r., poz. 2000, z późn. zm.), art. 1 ust. 3 oraz art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. z 2020 r. poz. 1706), po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w przedmiocie odwołania od decyzji Lubuskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej z dnia 4 sierpnia 2022 r. (nr akt kontroli: BP.8361.62.2022.NJ), nakładającej na przedsiębiorcę Rossmann Supermarkety Drogerijne Polska sp. z o. o. z siedzibą w Łodzi administracyjną karę pieniężną w łącznej wysokości 1 800 zł za udostępnianie na rynku produktów kosmetycznych oznakowanych niezgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczącego produktów kosmetycznych (Dz. Urz. UE L Nr 342, str. 59, z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uchyla zaskarżoną decyzję w całości i umarza postępowanie.**

**Uzasadnienie**

W dniach 20 i 27 maja 2022 r. inspektorzy reprezentujący Lubuskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej, zwanego dalej: „Lubuskim WIIH” lub „organem pierwszej instancji”, przeprowadzili kontrolę w sklepie (...), należącym do przedsiębiorcy (...), zwanego dalej „stroną postępowania”, „stroną”, „spółką” czy „przedsiębiorcą”. Zgodnie z art. 48 ust. 11 pkt 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021 r. poz. 162 z późn. zm.) (zwanej dalej: „Prawem przedsiębiorców”), nie dokonano zawiadomienia o zamiarze wszczęcia kontroli, ponieważ kontrolę przeprowadzono na podstawie bezpośrednio stosowanych przepisów prawa Unii Europejskiej.

Z uwagi na brak przedsiębiorcy oraz osoby upoważnionej do jego reprezentowania, czynności kontrolne rozpoczęto w dniu 20 maja 2022 r., w obecności asystenta kierownika sklepu, tj. stosownie do art. 49 ust. 10 ustawy Prawo przedsiębiorców, w obecności pracowników kontrolowanego przedsiębiorcy, tj. osób czynnych w lokalu w rozumieniu art. 97 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2022 r. poz. 1360 z późn. zm.).

Przedmiotem kontroli było m.in. sprawdzenie prawidłowości obrotu i oznakowania kosmetyków znajdujących się w ofercie przedsiębiorcy w oparciu o przepisy m.in.:

- rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczącego produktów kosmetycznych (Dz. Urz. UE L Nr 342, str. 59 z późn. zm.), zwane dalej: „rozporządzeniem dotyczącym produktów kosmetycznych” lub „rozporządzeniem nr 1223/2009”,

- ustawy z dnia 4 października 2018 r. o produktach kosmetycznych (Dz.U. z 2018 r. poz. 2227), dalej: „ustawą o produktach kosmetycznych”.

W toku kontroli dokonano oceny oznakowania 4 partii produktów kosmetycznych, wnosząc zastrzeżenia do dwóch z nich wskazując na brak informacji dotyczącej funkcji produktu kosmetycznego w języku polskim, tj. w przypadku:

- BOURJUIS Paris, POWDER ALWAYS FABULOUS MATTE PRESSED POWDER, 115 GOLDEN IVORY, e 10g, nr. partii 1259, BOURJUIS;
- MAX FACTOR CREME PUFF PRESSED POWDER, E 14G, NR PARTII 2004, COTY.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z 27 maja 2022 r. (nr akt kontroli: BP.8361.62.2022).

Lubuski WIIH pismem z 30 maja 2022 r. przekazał kontrolowanemu Protokół z dokumentacją fotograficzną.

W odpowiedzi na protokół kontroli strona przesłała pismo COTY Eastern Europe Sp. z o.o. z 8 czerwca 2022 r. zawierające stanowisko dostawcy tych produktów, z którym się zgadza przedsiębiorca (...).

Przedsiębiorca COTY Eastern Europe Sp. z o.o. wskazał, że przy dystrybucji kosmetyków przykłada szczególną wagę do tego, aby oznakowanie produktów kosmetycznych było zgodne z rozporządzeniem 1223/2009 oraz ustawą o produktach kosmetycznych. Jednocześnie przedsiębiorca wskazuje, że kosmetyki BOURJUIS posiadają przezroczystą górną część opakowania (wieczko), przez co produkt jest bezpośrednio widoczny dla konsumenta, oba zakwestionowane kosmetyki oznaczane są znakami graficznymi obrazującymi ich funkcje, których znaczenie – z założenia – jest oczywiste dla konsumentów, a dodatkowo kosmetyki są prezentowane w szafach ekspozycyjnych zawierających opis funkcji w języku polskim, co w praktyce wyklucza możliwość wprowadzenia konsumenta w błąd. Ponadto, zdaniem przedsiębiorcy należy stwierdzić, iż funkcja tych produktów jednoznacznie wynika z ich wyglądu zewnętrznego oraz sposobu prezentacji i nie jest wymagane dodatkowe zamieszczenie informacji na opakowaniu.

Ponadto Lubuski WIIH pismem z 1 lipca 2022 r. do COTY EASTERN EUROPE sp. z o.o. przekazał informację o stwierdzonych w toku kontroli nieprawidłowości. W odpowiedzi z dnia 11 lipca 2022 r. powyższy przedsiębiorca przesłał swoje stanowisko, które również zostało zawarte w ww. piśmie 8 czerwca 2022 r.

Po analizie zgromadzonej dokumentacji w sprawie, Lubuski WIIH zawiadomieniem z 7 lipca 2022 r. poinformował przedsiębiorcę (...) o wszczęciu wobec niego postępowania administracyjnego w sprawie nałożenia administracyjnej kary pieniężnej na podstawie art. 36 ust. 1 i 2 ustawy o produktach kosmetycznych, w związku z nieprawidłowościami w zakresie oznakowania udostępnionych na rynku ww. dwóch partii produktów kosmetycznych. Ponadto poinformował stronę, że zgodnie z art. 10 § 1 Kpa, może brać czynny udział w każdym stadium postępowania, a w szczególności wypowiadać się, co do zebranych dowodów i zapoznać się ze zgromadzonymi w tej sprawie materiałami.

W dniu 4 sierpnia 2022 r. Lubuski WIIH, na podstawie art. 36 ust 1 i ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt. 2 ustawy o produktach kosmetycznych oraz 104 Kpa wydał decyzję, nakładającą na przedsiębiorcę (...) administracyjną karę pieniężną w łącznej wysokości 1800 zł za udostępnianie na rynku produktów kosmetycznych oznakowanych niezgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE)

nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczącego produktów kosmetycznych (Dz. Urz. UE L Nr 342, str. 59, z późn. zm.). Decyzja została odebrana 10 sierpnia 2022 r.

W dniu 29 sierpnia 2022 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej: „Prezesem UOKiK” albo „organem drugiej instancji”) otrzymał za pośrednictwem Lubuskiego WIIH odwołanie od ww. decyzji, w którym przedsiębiorca (...) wnosi o uchylenie w całości zaskarżonej decyzji i umorzenie postępowania. W dniu 20 września 2022 r. wpłynęło pismo z uzupełnionym pełnomocnictwem do reprezentowania przedsiębiorcy w niniejszej sprawie przed Prezesem UOKiK.

Pismem z dnia 29 września 2022 r. Prezes UOKiK poinformował stronę postępowania o toczącym się postępowaniu odwoławczym i pouczył o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań. Strona nie skorzystała z przysługującego jej uprawnienia.

### **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił i stwierdził.**

Istotą postępowania odwoławczego jest ponowne rozpoznanie i rozstrzygnięcie tożsamej przedmiotowo i podmiotowo sprawy administracyjnej w granicach wyznaczonych rozstrzygnięciem decyzji organu pierwszej instancji. W toku postępowania organ odwoławczy dokonuje oceny, czy odwołanie strony jest uzasadnione oraz sprawdza, czy wydana decyzja była prawidłowa.

Stosownie do art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz.U. z 2020 r. poz. 1706), zwanej dalej „ustawą o Inspekcji Handlowej”, w sprawach związanych z wykonywaniem zadań i kompetencji Inspekcji, organem właściwym jest wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej. Prezes UOKiK jest organem wyższego stopnia i w związku z powyższym, w ramach nadzoru, jest uprawniony do przeprowadzenia niniejszego postępowania.

Przepisy rozporządzenia 1223/2009 w art. 6 wskazują, że dystrybutorzy w ramach swojej działalności podczas udostępniania produktu kosmetycznego na rynku działają z należyłą starannością w odniesieniu do obowiązujących wymogów. Zgodnie z art. 6 ust. 2 rozporządzenia 1223/2009, przed udostępnieniem produktu kosmetycznego na rynku dystrybutorzy sprawdzają, czy:

- podane są informacje dotyczące oznakowania określone w art. 19 ust. 1 lit. a), e) i g) oraz w art. 19 ust. 3 i 4;
- spełnione są wymogi językowe określone w art. 19 ust. 5;
- nie upłynęła data minimalnej trwałości, o ile ma ona zastosowanie na mocy art. 19 ust. 1 (lit. c).

Ponadto zgodnie art. 6 ust. 3, jeżeli dystrybutorzy uznają lub mają powody sądzić, że:

- dany produkt kosmetyczny nie jest zgodny z wymogami przewidzianymi w niniejszym rozporządzeniu, nie udostępniają produktu na rynku, dopóki nie zostanie on dostosowany do obowiązujących wymogów;
- produkt kosmetyczny, który udostępnił na rynku, nie jest zgodny z niniejszym rozporządzeniem, zapewniają przyjęcie środków naprawczych niezbędnych do dostosowania tego produktu, wycofania go z rynku lub wycofania od użytkowników końcowych, w razie potrzeby.

W myśl art. 2 ust. 1 lit. e) i g) ww. rozporządzenia „dystrybutor” oznacza każdą osobę fizyczną lub prawną w łańcuchu dostaw, niebędącą producentem ani importerem, która udostępnia produkt kosmetyczny na rynku Wspólnoty, natomiast „udostępnianie na rynku” oznacza każde odpłatne lub

nieodpłatne dostarczanie produktu kosmetycznego na rynek Wspólnoty do celów dystrybucji, konsumpcji lub stosowania, w ramach działalności handlowej.

Zgodnie z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009 bez uszczerbku dla innych przepisów niniejszego artykułu, na rynku udostępniane są wyłącznie produkty kosmetyczne, na których pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych znajdują się nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje dotyczące funkcji produktu kosmetycznego, chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji. Jednocześnie zgodnie z art. 19 ust. 5, każdy produkt kosmetyczny musi zawierać informacje dla konsumentów, o których mowa w art. 19 ust. 1 lit. b), c), d) i f) oraz w ust. 2, 3, 4, w języku państwa członkowskiego, w którym dany produkt jest udostępniany użytkownikowi końcowemu. Dodatkowo należy wskazać, iż zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych, produkty kosmetyczne udostępniane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej znakuje się w języku polskim.

W toku kontroli przedsiębiorcy (...) inspektorzy zakwestionowali dwie partie produktów kosmetycznych z uwagi na:

- brak informacji dotyczącej funkcji produktu kosmetycznego – co narusza art. 19 ust. 5 w związku z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009,
- brak oznakowania w języku polskim – co narusza art. 4 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych.

W świetle art. 36 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych, kto wprowadza do obrotu lub udostępnia na rynku produkt kosmetyczny bez spełnienia wymogów w zakresie oznakowania, o których mowa w art. 19 ust. 1-3, 5 i 6 rozporządzenia 1223/2009, podlega karze pieniężnej w wysokości do 70 000 zł. Tej samej karze podlega, kto wprowadza do obrotu lub udostępnia na rynku produkt kosmetyczny bez spełnienia wymogów określonych w art. 4 ustawy o produktach kosmetycznych (art. 36 ust. 2 ww. ustawy).

Przepis art. 46 ust. 1 pkt 2 ustawy o produktach kosmetycznych nakazuje zatem wojewódzkiemu inspektorowi Inspekcji Handlowej wymierzyć karę pieniężną podmiotowi, który nie wykonuje obowiązku określonego w przepisach art. 36 tej ustawy, choćby naruszenie prawa miało charakter jednostkowy, a w trakcie kontroli przystąpiono do wykonywania zaleceń inspektorów i na dzień wszczęcia postępowania wszystkie nieprawidłowości były wyeliminowane.

W związku z powyższym Lubuski WIIH, na podstawie art. 36 ust 1 i ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt. 2 ustawy o produktach kosmetycznych wydał decyzję, nakładającą na przedsiębiorcę (...) administracyjną karę pieniężną w łącznej wysokości 1 800 zł za udostępnianie na rynku produktów kosmetycznych oznakowanych niezgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczącego produktów kosmetycznych (Dz. Urz. UE L Nr 342, str. 59, z późn. zm.).

Strona postępowania odwołała się od tej decyzji, wskazując na naruszenie przepisów art. 77 § 1 Kpa poprzez pominięcie dowodu z pisma dostawcy produktów kosmetycznych, tj. COTY Eastern Europe sp. z o.o. z dnia 8 czerwca 2022 r. wniesionego przez skarżącą w toku postępowania administracyjnego i nieuwzględnienie wynikających z niego okoliczności podczas wydawania rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie, a więc okoliczności umieszczenia na opakowaniu produktów kosmetycznych piktogramów z jednoznacznym oznaczeniem ich funkcji oraz poprzez pominięcie przez organ w toku kontroli w sklepie (...) okoliczności związanych z umiejscowieniem produktów w szafie ekspozycyjnej, co zdaniem strony miało wpływ na wynik postępowania.

Przedsiębiorca zarzucił również naruszenie art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009 poprzez jego błędna wykładnię i uznanie, że funkcja kwestionowanych kosmetyków nie wynika jednoznacznie z jego prezentacji, czego konsekwencją było uznanie, że skarżąca dopuściła się naruszenia przepisów rozporządzenia 1223/2009 oraz ustawy o produktach kosmetycznych, podczas gdy na opakowaniu każdego z tych pudrów umieszczono piktogram twarzy ludzkiej z puszką do pudru przy policzku, a także, że każdy z pudrów w sklepie (...), w którym została przeprowadzona kontrola, został wyeksponowany w tematycznej szafie oznaczonej, jako regał z pudrami do twarzy, a w przypadku pudru Bourjois wieczko opakowania było przezroczyste, wobec czego widoczna była konsystencja produktu kosmetycznego unikalna dla produktu.

Jednocześnie strona w zarzuciła naruszenie prawa materialnego, a to art. 36 ust. 1 i 2 ustawy o produktach kosmetycznych poprzez jego niewłaściwe zastosowanie i wymierzenie administracyjnej kary pieniężnej w wysokości 1 800 zł z powodu udostępniania na rynku przez skarżącą 2 produktów bez spełniania wymogów w zakresie oznakowania, o których mowa w art. 19 ust. 1 – 3, 5 i 6 rozporządzenia 1223/2009 oraz art. 4 ustawy o produktach kosmetycznych, podczas gdy zakwestionowany puder Bourjois oraz puder Max Factor, udostępnione na rynku przez skarżącą spełniały wymogi prawne w zakresie oznakowania, a w szczególności w zakresie oznaczania funkcji produktu.

Organ drugiej instancji po analizie przedstawionych w odwołaniu argumentów oraz zgromadzonych w sprawie materiałów, w tym analizując fotografie wyrobów załączone do akt pod kątem oznakowania w zakresie funkcji kosmetyku, nie może się zgodzić z organem pierwszej instancji, że na poddanych ocenie i zakwestionowanych kosmetykach nie umieszczono informacji o funkcji kosmetyku. Zgodnie z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009 bez uszczerbku dla innych przepisów niniejszego artykułu, na rynku udostępniane są wyłącznie produkty kosmetyczne, na których pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych znajdują się nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje dotyczące funkcji produktu kosmetycznego, chyba że jednoznacznie wynika ona z jego prezentacji. Kwestionowane kosmetyki, tak jak wskazuje strona, faktycznie na opakowaniu miały zamieszczony piktogram twarzy ludzkiej z puszką do pudru przy policzku. Taki graficzny sposób przedstawienia funkcji wyrobu wskazywał na podstawową funkcję kosmetyku, jaką jest w tym wypadku upiększanie twarzy. Tak przedstawiona informacja graficzna nie budzi wątpliwości co do podstawowej funkcji kwestionowanych produktów kosmetycznych.

Prezes UOKiK, wskazuje, że jednym z głównych celów nałożenia na przedsiębiorców obowiązków zawartych w ww. rozporządzeniu, jest wzmocnienie szeroko pojętej ochrony konsumenta oraz osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony zdrowia ludzi. Dlatego też przepisy rozporządzenia w sposób bardzo szczegółowy określiły obowiązki nakładane na przedsiębiorców, którzy nie tylko produkują, ale też udostępniają konsumentom produkty kosmetyczne. Należy tutaj również zwrócić uwagę na treść wyroku Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z 17 grudnia 2020 r. w sprawie sygn. C-667/19, zgodnie z którym art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia nr 1223/2009 należy interpretować w ten sposób, że informacja o „funkcji produktu kosmetycznego”, która zgodnie z tym przepisem musi znajdować się na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym takiego produktu, powinna w sposób jasny powiadamiać konsumenta o zastosowaniu i sposobie używania produktu, by zapewnić jego bezpieczne użycie przez konsumentów bez szkody dla ich zdrowia (...)”. Jednocześnie jak wskazuje Trybunał Sprawiedliwości UE wymóg ustanowiony w art. 19 ust. 5 rozporządzenia 1223/2009, zgodnie z którym informacje, o których mowa w art. 19 ust. 1 lit. b)–d) i f) oraz w ust. 2–4 tego artykułu, są podane w języku określonym w ustawodawstwie państwa członkowskiego, w którym produkt jest

udostępniany użytkownikowi końcowemu, pozwala na zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów. (...) Informacje, które producenci lub dystrybutorzy produktów kosmetycznych, o których mowa w rozporządzeniu nr 1223/2009, mają obowiązek zamieścić na pojemniku i opakowaniu zewnętrznym produktu, z wyjątkiem przypadków, gdy mogą one zostać skutecznie przekazane za pomocą piktogramów lub oznaczeń innych niż słowa, są pozbawione praktycznego znaczenia, jeżeli nie zostaną wyrażone w języku zrozumiałym dla osób, dla których są przeznaczone. Dlatego też ustawodawca wprost wskazał w art. 19 ust. 5 rozporządzenia 1223/2009, w jaki sposób, a więc w języku państwa członkowskiego, w którym dany produkt udostępniany jest użytkownikowi końcowemu oraz jakie konkretnie informacje muszą być w tym języku podane, tj. m.in. funkcja produktu kosmetycznego.

Zgodnie z art. 6 ust. 2 rozporządzenia 1223/2009, przed udostępnieniem produktu kosmetycznego na rynku dystrybutorzy sprawdzają, czy spełnione są wymogi językowe określone w art. 19 ust. 5. Udostępniającym do sprzedaży była kontrolowana spółka (...), a więc to na niej, jako dystrybutorze spoczywał obowiązek udostępniania na rynku produktów kosmetycznych prawidłowo oznakowanych.

Zgodnie z art. 3 rozporządzenia 1223/2009 produkt kosmetyczny udostępniany na rynku powinien być bezpieczny dla zdrowia ludzi w normalnych lub dających się przewidzieć warunkach stosowania. Tak więc informacja o „funkcji produktu kosmetycznego” powinna w sposób jasny powiadamiać konsumenta o zastosowaniu i sposobie używania produktu, aby zapewnić jego bezpieczne użycie, bez szkody dla jego zdrowia.

Aby spełnić wymagania zawarte w art. 3 ww. rozporządzenia, trzeba mieć na uwadze, że informacja o funkcji produktu kosmetycznego niezbędna jest nie tylko w momencie, gdy konsument musi dokonać wyboru przy zakupie produktu, ale pozwala na bezpieczne i zgodne z przeznaczeniem użytkowanie zakupionego kosmetyku. Aby konsument, przy tak dużej różnorodności wyrobów (często kosmetyki pomimo identycznego opakowania posiadają zupełnie inną funkcję), mógł bezpiecznie korzystać z zakupionego produktu, a taki jest cel wprowadzonych przepisów, niezbędne jest oznakowanie kosmetyków w taki sposób, żeby konsument informację o funkcji produktu otrzymywał wraz z zakupionym wyrobem, w sposób dla niego zrozumiały, co zmniejszy ryzyko użycia produktu niezgodnie z przeznaczeniem. A zatem, podanie informacji o funkcji kosmetyku w niedalekiej odległości od oferowanego produktu kosmetycznego np.: w gablotach, na plakacie, czy w katalogu lub umieszczenie w jednym miejscu kosmetyków o tej samej funkcji bez jej wskazania, należy uznać za niewystarczające z uwagi na bezpieczeństwo konsumenta i nie będzie stanowiło spełnienia wymagań rozporządzenia w zakresie prawidłowego przekazania konsumentom informacji o funkcji kosmetyku, gdyż nie zostaną mu w sposób właściwy dostarczone wszystkie niezbędne informacje. Artykuł 19 rozporządzenia wyraźnie stanowi, że informacje mają być przekazane w sposób nieusuwalny, co nie jest spełnione w przypadku umieszczenia informacji o funkcji kosmetyku np.: w gablotach, na plakacie, czy w katalogu.

Powyższe należy odnieść do jednego z argumentów strony, w którym strona wskazała na umieszczenie kwestionowanych kosmetyków w szafach ekspozycyjnych, na co podobnie, jak na piktogramy nie zwrócił uwagi Lubuski WIIH. Prezes UOKiK podkreśla jednak, że fakt, że kwestionowane produkty kosmetyczne zostały umieszczone w ww. szafach, nie stanowi wypełnienia obowiązków wynikających z art. 19 rozporządzenia 1223/2009, gdyż zgodnie z ust. 1 udostępniane na rynku są wyłącznie produkty kosmetyczne, na których pojemnikach i opakowaniach zewnętrznych znajdują się nieusuwalne, łatwe do odczytania i widoczne informacje wskazane w art. 19 ww. rozporządzenia. Umieszczenie produktów w szafie ekspozycyjnej z opisem funkcji, mogłoby być jedynie pomocne przy podjęciu decyzji o zakupie, ale od momentu wzięcia produktu z półki,

gdyby nie było piktogramów, tej informacji konsument by już nie posiadał, co mogłoby, w przypadku zakupu kilku produktów, spowodować użycie kosmetyków niegodnie z ich przeznaczeniem, a tym samym negatywnie wpłynąć na zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów. W związku z powyższym fakt umieszczenia kwestionowanych wyrobów w gablotach z opisem funkcji nie miał wpływu na zmianę decyzji Prezesa UOKiK.

Bardzo ważną okolicznością, która nie została uwzględniona przez Lubuskiego WIIH, a która spowodowała zmianę decyzji Prezesa UOKiK było to, że kwestionowane kosmetyki posiadały piktogramy, które wskazywały na podstawową funkcję kosmetyku – piktogram ludzkiej twarzy z gąbeczką przy policzku, a tym samym w ocenie Prezesa UOKiK nie zostały naruszone przepisy art. 19 ust. 5 w zw. z art. 19 ust. 1 lit. f rozporządzenia 1223/2009 oraz art. 4 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych.

Prezes UOKiK, stwierdza zasadność argumentów strony o pominięciu dowodów w postaci, przekazanego przez przedsiębiorcę (...), pisma COTY Eastern Europe sp. z o. o. z dnia 8 czerwca 2022 r. i nieuwzględnienie wynikających z niego okoliczności podczas wydawania rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie, a co zdaniem strony miało wpływ na wynik postępowania. Dodatkowo organ drugiej instancji wskazuje, że Lubuski WIIH całkowicie pominął kwestie dotyczące zawarcia na kwestionowanych wyrobach piktogramów, co miało istotny wpływ na ustalony stan faktyczny. Fakt ten został udokumentowany na załączonych do protokołu kontroli fotografiach, jak i zawarty w przekazanym przez kontrolowanego przedsiębiorcę piśmie z 8 czerwca 2022 r. oraz odpowiedzi COTY Eastern Europe sp. z o. o. z 11 lipca 2022 r., jednak zarówno w protokole kontroli, jak i w wydanej decyzji organ pierwszej instancji nie wspomniał o tym fakcie i się do niego nie odniósł, a co było istotne przy ustaleniu stanu faktycznego i miało wpływ na rozstrzygnięcie niniejszej sprawy.

W przesłanym odwołaniu strona zarzuciła również, że Lubuski WIIH wydał decyzję nakładającą karę pieniężną, nie uwzględniając prawa strony do złożenia odwołania od decyzji z dnia 27 lipca 2022 r. nakazującej usunięcie nieprawidłowości.

Odnosząc się do powyższego zarzutu, organ drugiej instancji wskazuje, że w niniejszym przypadku wystąpiły dwa odrębne postępowania. Kontrolne, po zakończeniu którego Lubuski WIIH wydał na podstawie art. 32 ustawy o Inspekcji Handlowej, zarządzenia pokontrolnego, w formie decyzji administracyjnej, jest ostatnim etapem podejmowanych działań kontrolnych, tzw. postępowaniem pokontrolnym, w pełni opartym na przepisach ustawy o Inspekcji Handlowej, regulującej uprawnienia i sposób działania organu kontrolującego.

Oraz prowadzone równolegle na podstawie przepisów ustawy o produktach kosmetycznych, które jest postępowaniem w sprawie nałożenia administracyjnej kary pieniężnej za udostępnianie na rynku produktów kosmetycznych oznakowanych niezgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009.

Są to dwa odrębne postępowania, w wyniku których zostały wydane dwie odrębne decyzje, tak więc niniejszy zarzut przedsiębiorcy nie znajduje uzasadnienia.

Prezes UOKiK zwraca również uwagę na podjęcie decyzji przez przedsiębiorcę COTY Eastern Europe sp. z o.o., co zostało wskazane w piśmie z 8 czerwca 2022 r. oraz 11 lipca 2022 r., o dodatkowym oznakowaniu produktu nieposiadającego przezroczystego opakowania MAX FACTOR CEREME PUFF PRESSED POWDER informacjami o funkcji produktu w języku polskim. Takie podejście przedsiębiorcy, zapewni większe bezpieczeństwo konsumentom i właściwe zastosowanie ww. wyrobu.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że obowiązkiem dystrybutora przed udostępnieniem produktu kosmetycznego na rynku, jest zgodnie z art. 6 ust. 2 rozporządzenia 1223/2009, sprawdzenie czy podane zostały informacje m.in. określone w art. 19 ust. 5 ww. rozporządzenia, w tym dotyczące funkcji kosmetyku, zgodnie z art. 19 ust. 1 lit. f) ww. rozporządzenia. W sytuacji, gdy produkt kosmetyczny nie jest zgodny z wymogami przewidzianymi w ww. rozporządzeniu, dystrybutor nie udostępnia produktu na rynku, dopóki nie zostanie on dostosowany do obowiązujących wymogów, natomiast w przypadku gdy produkt kosmetyczny, który nie jest zgodny z niniejszym rozporządzeniem został już udostępniony na rynku, dystrybutor zapewnia przyjęcie środków naprawczych niezbędnych do dostosowania tego produktu, wycofania go z rynku lub wycofania od użytkowników końcowych, w razie potrzeby. Za spełnienie przez produkty kosmetyczne obowiązków określonych w rozporządzeniu 1223/2009 odpowiada osoba odpowiedzialna i to w zakresie jej obowiązków jest zagwarantowanie, aby każdy wprowadzany do obrotu kosmetyk był właściwie oznakowany.

Prezes UOKiK po analizie akt sprawy stwierdza, że ze zgromadzonych akt kontroli wynika, że nie doszło do naruszenia prawa, polegającego na udostępnianiu na rynku dwóch partii produktów kosmetycznych oznakowanych niezgodnie z wymaganiami art. 19 ust. 5 w związku z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009, a tym samym niezgodnie również z art. 4 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych.

W związku z powyższym Prezes UOKiK stwierdza, że brak było podstaw do zastosowania art. 36 ust 1 i ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt. 2 ustawy o produktach kosmetycznych, a tym samym postępowanie administracyjne jest bezprzedmiotowe.

Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego to brak przedmiotu postępowania. Tym przedmiotem jest zaś konkretna sprawa, w której organ administracji państwowej jest władny i jednocześnie zobowiązany rozstrzygnąć na podstawie przepisów prawa materialnego o uprawnieniach lub obowiązkach indywidualnego podmiotu (zob. B. Adamiak, J. Borkowski, Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz, C. H. Beck Warszawa 2021 r., s. 664-665).

Sprawa administracyjna jest kategorią wyznaczoną normą administracyjnego prawa materialnego w jej powiązaniu z określonym stanem faktycznym, do którego norma ta ma zastosowanie, tj. w związku z którym może nastąpić jej indywidualizacja i konkretyzacja w drodze aktu administracyjnego, jakim jest decyzja administracyjna. Brak któregoś z elementów tworzących wcześniej sprawę administracyjną powoduje, że sprawa ta przestaje istnieć. W konsekwencji przestaje istnieć przedmiot postępowania administracyjnego, które w takim stanie rzeczy staje się zatem bezprzedmiotowe i jako takie podlega umorzeniu. Jeżeli zatem dochodzi do takiej zmiany stanu faktycznego, że nie jest możliwe zastosowanie normy prawa materialnego, wszczęte w sprawie postępowanie administracyjne podlega umorzeniu. (Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 23 czerwca 2021 r. III OSK 3523/21).

Podsumowując, Prezes UOKiK, stwierdza, że w niniejszym przypadku nie doszło do naruszenia przepisów art. 19 ust. 5 w związku z art. 19 ust. 1 lit. f) rozporządzenia 1223/2009, a tym samym do naruszenia art. 4 ust. 1 ustawy o produktach kosmetycznych, w związku z czym nie było podstawy do wydania decyzji na podstawie art. 36 ust 1 i ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt. 2 ustawy o produktach kosmetycznych, a więc wydana w toku prowadzonego postępowania decyzja Lubuskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej z dnia 4 sierpnia 2022 r. (nr akt kontroli: BP.8361.62.2022.NJ), jest bezprzedmiotowa.



Zgodnie z art. 138 § 1 pkt 2 Kpa organ odwoławczy wydaje decyzję, w której uchyla zaskarżoną decyzję w całości i umarza postępowanie.

**Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu Ochrony i Konkurencji i Konsumentów 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 stosunkowy, zależny od wysokości należności pieniężnej objętej zaskarżonym aktem i wynosi:
  - 1) do 10.000 zł - 4 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 100 zł;
  - 2) ponad 10.000 zł do 50.000 zł - 3 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 400 zł;
  - 3) ponad 50.000 zł do 100.000 zł - 2 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 1.500 zł;
  - 4) ponad 100.000 zł - 1 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 2.000 zł i nie więcej niż 100.000 zł
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 sądoadministracyjnego. 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  
*Anna Janiszewska*  
*Zastępca Dyrektora*  
*Departamentu Inspekcji Handlowej*  
*/podpisano elektronicznie/*

(...)