



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Delegatura w Lublinie
20-012 Lublin, ul. Ochotnicza 10
Tel. (0-81) 532-35-31, 532-54-48,
743-77-30, Fax (0-81) 532-08-26
E-mail: lublin@uokik.gov.pl

Lublin dnia 31 grudnia 2008r.

RLU-61-5/06/IM

Decyzja Nr RLU 66/08

Na podstawie art. 23e ust. 2 w zw. z art. 23a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2005 r. Nr 244 poz. 2080, zm. Dz.U. z 2006 r. Nr 157 poz. 1119) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. nr 18 poz. 172, zmiany Dz.U. z 2003 r. Nr 6 poz. 68), w związku z treścią art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50 poz. 331), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. w Kostrzynie, w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. polegającą na bezprawnym działaniu w postaci czynu nieuczciwej konkurencji w postaci zastosowania w instrukcji do sprzedawanych w okresie od 1.10.2004r. do 7.01.2006r. w sieci sklepów „Biedronka” okularów, do czytania marki „American Way”, zbyt małej czcionki, co może skutkować wprowadzeniem konsumentów w błąd odnośnie sposobu zastosowania, istotnych cech produktu oraz zatajenia ryzyka wiążącego się z korzystaniem z niego, które to działanie wypełnia znamiona czynu określonego w art. 3 w zw. z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. z 2003 r. Nr 153 poz. 1503 ze zm.), i stwierdza się zaniechanie jej stosowania począwszy od 7 stycznia 2006r..

Uzasadnienie:

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Lublinie (dalej: Prezes UOKiK lub organ antymonopolowy) wszczął w dniu 14.02.2006 r. postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. w Kostrzynie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, poprzez bezprawne działanie tego przedsiębiorcy w postaci czynu nieuczciwej konkurencji, polegającego na oznaczeniu towaru (okulary do czytania) w sposób (bardzo mała czcionka) mogący wprowadzić klientów w błąd co do przydatności, sposobu zastosowania lub innych istotnych cech towaru, a także zatajenie ryzyka wiążącego się z korzystaniem z niego, co mogło stanowić naruszenie art. 23a ust. 1 i 2 przywołanej na wstępie ustawy o ochronie (...). Postępowanie sformalizowane zostało poprzedzone postępowaniem wyjaśniającym, podjętym po otrzymaniu przez Prezesa UOKiK informacji od Komendy Powiatowej Policji w Hrubieszowie dotyczącej sprzedaży przez sklep spożywczo-przemysłowy „Biedronka” w Hrubieszowie okularów korekcyjnych do czytania. Postępowanie wyjaśniające zostało przeprowadzone w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działaniami Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. (dalej: Jeronimo lub przedsiębiorca) czy miał miejsce stan faktyczny uzasadniający wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku ze sposobem i zakresem informowania konsumentów o istotnych właściwościach oferowanych w sklepach sieci „Biedronka” okularów. Postanowieniem Nr 116/06 Prezes UOKiK zaliczył w poczet dowodów w postępowaniu administracyjnym materiał dowodowy, zebrany w trakcie postępowania wyjaśniającego. Postępowanie administracyjne przeciwko Jeronimo, w okresie od 14.06.2006r. do 29.04.2008r. pozostawało zawieszona ze względu na postępowanie przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w związku z zażaleniem Jeronimo na postanowienie Prezesa UOKiK Nr 106/06 z dnia 22.05.2006r. o odmowie wydania z akt sprawy niektórych dokumentów

Ustosunkowując się do postanowienia o wszczęciu postępowania, dotyczącego naruszania przez Jeronimo zbiorowych interesów konsumentów, przedsiębiorca ten stwierdził, że zarzut sformułowany wobec niego nie ma uzasadnienia w stanie faktycznym i prawnym sprawy. Podniósł, iż przepisy prawa nie określają co do zasady wielkości oznaczeń, w tym wielkości czcionki, które powinny być umieszczone na produktach lub do nich dołączone, w szczególności zaś nie ma takich przepisów w odniesieniu do wyrobów medycznych, jakimi są okulary korekcyjne sprzedawane w sieci sklepów „Biedronka”. Zdaniem Jeronimo należy więc uznać, że wystarczającym jest, aby na produktach widniały takie oznaczenia, które mogą być przeczytane przez przeciętnego konsumenta.

W dalszym ciągu ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów Jeronimo stwierdził, że nie ma podstaw, aby zaniżać zdolność odbioru przeciętnego konsumenta, nawet gdy towar przeznaczony jest dla osób cierpiących na wadę wzroku, ponieważ od konsumenta można wymagać zachowań rozsądnych i staranności w działaniu. Zdaniem Jeronimo należy się mianowicie spodziewać, że człowiek z wadą wzroku skorzysta z porady okulisty i przy

wykonywaniu czynności życiowych (np. zakupy) będzie nosił okulary lub soczewki kontaktowe. Tym samym Jeronimo uznał, że okulary do czytania marki „American Way” posiadały instrukcję użytkowania, możliwą do odczytania przez przeciętnego konsumenta bez trudności. Jeronimo ponadto stwierdza, iż nie może odnieść się kompleksowo do zarzutu Prezesa UOKiK, ponieważ jego zdaniem, nie zostało sprecyzowane, w jaki sposób zastosowanie małej czcionki na instrukcji mogłoby wprowadzić konsumenta w błąd, szczególnie co do istotnych cech okularów lub też jakiego rodzaju ryzyko wiążące się ze stosowaniem przedmiotowych okularów zostało w ten sposób zatajone.

Przedsiębiorca uznał ponadto, że nie można przypisać mu bezprawności, jako przesłanki zastosowania art. 23 a ust. 1 i 2 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Decydować o tym miałyby brak wymogów prawnych co do wielkości czcionek używanych dla oznaczenia lub w instrukcji produktów takich jak okulary. Także zdaniem Jeronimo, nie może być mu postawiony zarzut naruszenia obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, gdyż taka informacja została udzielona.

Prezes UOKiK ustalił, co następuje:

Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. z siedzibą w Kostrzynie jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów detalicznych Biedronka, liczącej obecnie ponad 1300 sklepów. Sklepy znajdują się w całej Polsce zarówno w dużych, jak i małych miastach. Przedsiębiorca jest wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000222483. Organ antymonopolowy ustalił, że w sieci sklepów „Biedronka” oferowane były konsumentom, w okresie od 1.10.2004r. do 7.01.2006r. dwa typy okularów do czytania (w foliowym opakowaniu oraz w metalowym etui), oznaczone „American Way”. Zgodnie z danymi uzyskanymi od Jeronimo, zostało sprzedanych łącznie ponad 173 tys. sztuk okularów. Producent tychże okularów znajduje się w Chińskiej Republice Ludowej, a ich dystrybutorem w Polsce jest American Way Sp. z o.o. w Sochaczewie.

Do obu typów okularów dołączone są małe, sztywne kartoniki, na których znajduje się instrukcja użytkowania w kilku językach, w tym także w języku polskim. Tekst z instrukcją w języku polskim zajmuje prostokąt o wymiarach 1,2 cm x 3,2 cm (instrukcja dołączona do okularów w metalowym etui) lub 1,3 cm x 4,5 cm (instrukcja dołączona do okularów w foliowym opakowaniu). Wysokość dużych liter użytych w obu instrukcjach wynosi: ok. 0,8-1 mm, a liter małych: ok. 0,5 mm. Przy czym odstęp między wierszami są nieco mniejsze niż 1 mm. Na obu instrukcjach znajduje się informacja o przeznaczeniu takich okularów wyłącznie do czytania oraz wskazówka, aby przed zakupem skonsultować się z lekarzem. Wyłącznie w instrukcji dla okularów w foliowym opakowaniu jest ponadto informacja: „*Nie stosować jednorazowo dłużej niż 60 min. Przy dłuższym stosowaniu mogą wystąpić bóle i zawroty głowy*”.

Organ antymonopolowy ustalił, że w ofercie sklepów „Biedronka”, w okresie, kiedy zostało wszczęte postępowanie przeciwko Jeronimo, nie znajdowały się żadne towary, które oznaczone byłyby etykietami, czy instrukcjami wykonanymi z użyciem równie małej czcionki, jak korekcyjne okulary do

czytania. Na przykładowych, przesłanych przez Jeronimo, etykietach (obuwie dziecięce sportowe, torba) użyta została czcionka o wysokości od ok. 1 do 2 mm (małe i duże litery), przy czym etykiety te są dodatkowo bardziej czytelne niż instrukcje do przedmiotowych okularów, z uwagi na większy rozmiar etykiet, a co za tym idzie – większe odstępy pomiędzy wierszami.

Prezes UOKiK zwrócił się o udzielenie fachowej informacji i ocenę czytelności instrukcji załączonych do okularów korekcyjnych do czytania, oferowanych w sieci sklepów „Biedronka”, do Akademii Medycznej w Lublinie – Katedra Okulistyki i Klinika Okulistyki. Zgodnie z udzieloną odpowiedzią, do ustalenia wielkości wady wzroku służą m.in. tablice Snellena z optotypami (rzędy liter różnej wielkości). Za osobę z normalną ostrością wzroku (ostrość widzenia do blizy) uznaje się osobę, która posiada ostrość wzroku równą 0,5. Odpowiada to prawidłowemu odczytaniu na tablicy Snellena rzędu z najmniejszą czcionką. Zgodnie z uzyskaną od Katedry Okulistyki i Kliniki Okulistyki informacją, instrukcja użytkowania okularów do czytania została napisana bardzo małą czcionką (mniejszą niż najmniejsza czcionka na tablicy Snellena) i osoba z normalną ostrością wzroku może mieć trudności z jej odczytaniem.

Na stronie internetowej JZO Sp. z o.o., największego polskiego producenta soczewek okularowych (<http://www.jzo.com.pl/pl/pages/content/76.gotowe-okulary-zagrazaja-zdrowiu.html>) zebrane są informacje dotyczące zagrożeń wynikających ze stosowania gotowych korekcyjnych okularów do czytania. Informacje te przedstawiono w kontekście masowego handlu takiego typu okularami na bazarach, w jednostkach handlu detalicznego i aptekach, wskazując jednocześnie, że czynnikiem decydującym o tej masowości jest zdecydowanie niska cena w/w okularów (przeciętnie od 5 do 25 zł), wielokrotnie niższa niż okularów wykonanych na indywidualne zlecenie przez optyka. Aspekt cenowy i trudności z dotarciem do lekarza specjalisty – okulisty, w ramach bezpłatnej opieki zdrowotnej (zwłaszcza w mniejszych ośrodkach), powoduje, że gotowe okulary korekcyjne do czytania cieszą się takim powodzeniem.

Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), w art. 3 ust. 1 nazywa czynem nieuczciwej konkurencji działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Z kolei, m.in. w art. 10 tejże ustawy następuje skonkretyzowanie takiego określenia czynu nieuczciwej konkurencji poprzez określenie, że jest to oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich. Przez takie oznaczenie towaru należy rozumieć także dołączoną do okularów korekcyjnych, do czytania, sprzedawanych w sieci sklepów „Biedronka”, etykietę zawierającą instrukcję użytkowania.

Oferowane konsumentom przez Jeronimo okulary korekcyjne zostały uznane za wyroby medyczne na podstawie art. 3 ust. 1 pkt 17 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o wyrobach medycznych (Dz.U. Nr 93 poz. 896 ze zm.) oraz pisemnej interpretacji Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych zapisów wskazanej ustawy, który uznał, iż

okulary korekcyjne do czytania należą do wyrobów medycznych I klasy, podlegając obowiązkowi zgłoszenia do Rejestru tychże, wyłącznie wtedy, kiedy ich pierwsze wprowadzenie do obrotu i używania jest dokonywane przez podmiot mający siedzibę na terytorium RP.

Załącznik Nr 1 do rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 3 listopada 2004r. Wymagania zasadnicze dla wyrobów medycznych do różnego przeznaczenia (Dz. U. Nr 251 poz. 2514) w pkt 13.1 nakłada obowiązek dołączenia do każdego wyrobu informacji umożliwiającej identyfikację wytwórcy, a także informacji potrzebnych do bezpiecznego używania, zredagowanych w sposób zrozumiały, odpowiedni do poziomu wykształcenia i wiedzy potencjalnych użytkowników. Informacje powinny być umieszczone na etykietach i w instrukcjach obsługi. Istnieje także polska norma PN-EN 1041:2001 „Informacje dostarczane przez producenta wraz z wyrobem medycznym”, identyczna z normą europejską EN 1041:1998, gdzie w rozdziale 4 zawarty jest wymóg czytelności informacji, załączonej do wyrobu medycznego, przeznaczonej do rozpoznania wizualnego. Wskazane wyżej ustawa o wyrobach medycznych oraz rozporządzenie wykonawcze implementują do polskiego systemu prawa m.in. wymogi dyrektywy 2001/83/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 listopada 2001 r. w sprawie wspólnotowego kodeksu odnoszącego się do produktów leczniczych stosowanych u ludzi. Tytuł V tejże Dyrektywy zawiera art. 56, zgodnie z którym: „Dane szczegółowe określone w art. 54, 55 i 62 muszą być **łatwe do odczytania**, zrozumiałe i nieusuwalne”. Przepis ten dotyczy danych, jakie muszą się znaleźć na etykietach i ulotkach dołączanych do produktów leczniczych. Parlament Europejski przygotował komunikat dla posłów, z dnia 1.06.2007r., w związku z Petycją 0852/2006, złożoną przez Augusta Essera (Niemcy), w sprawie zbyt małej czcionki używanej w ulotkach dołączanych do leków. W komunikacie znalazły się uwagi Komisji Europejskiej, iż jest świadoma tego, jak ważna jest czytelność informacji towarzyszącej produktom leczniczym. Dobrze zaprojektowana i jasno sformułowana etykieta i ulotki dołączone do opakowania zwiększają możliwość wykorzystania informacji we właściwy i bezpieczny sposób. Jako przepisy właściwe, odnoszące się do treści Petycji, została wskazana w/w Dyrektywa i przytoczony już art. 56 tejże. Komisja Europejska wskazała również, że oprócz przepisów prawnych istnieją opublikowane we wrześniu 1998 r. „*Wskazówki dotyczące czytelności etykiety i ulotki dołączonej do opakowania produktów leczniczych stosowanych u ludzi*” (dostępne na stronie <http://ec.europa.eu/enterprise/pharmaceuticals/eudralex/vol-2/c/gl981002.pdf>). Ich głównym celem jest zapewnienie czytelności etykiet i ulotek dołączonych do opakowania, a także wskazanie czynników, które wpływają na czytelność tekstu. Jeśli chodzi o rozmiar czcionki, w przypadku etykiet wszelkich produktów leczniczych we wspomnianych wskazówkach zaleca się używanie znaków wielkości co najmniej 7 punktów Didota (rodzaj skali typograficznej lub też takiej wielkości, gdzie mała litera „x” ma co najmniej 1,4 mm wysokości i pozostawienie co najmniej 3 mm odstępu między wersami. Następnie zaleca się, aby szczegółowe dane pojawiające się w ulotce napisane były czcionką wielkości co najmniej 8 punktów Didota, przy pozostawieniu co najmniej 3 mm odstępu między wersami. We wskazówkach mówi się również o tym, że należy wybrać taki typ czcionki, który zapewni jak największą czytelność.

Prezes UOKiK ustalił, na podstawie złożonego przez przedsiębiorcę, w warunkach ustawowej odpowiedzialności z udzielenie informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd, oświadczenia, iż Jeronimo zaprzestało sprzedaży przedmiotowych okularów. Przedsiębiorca oświadczył, że po 12.10.2005r. w odniesieniu do okularów do czytania w foliowym etui, a w odniesieniu do okularów etui metalowym po 16.11.2005r. nie była prowadzona już sprzedaż promocyjna. Po tych datach przedsiębiorca nie dokonywał nowych zakupów tychże okularów. Natomiast sprzedaż tego towaru zakończyła się ostatecznie w dniu 7.01.2006r.

Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Jak wynika z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Działania oparte na przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów 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. Uwzględniając charakter działań opisanych w niniejszej decyzji (sprzedaż wielu tysięcy sztuk okularów korekcyjnych do czytania) należało stwierdzić, że w rozważanej sprawie ww. przesłanka sformułowana w art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.

Stroną postępowania, przeciwko której jest prowadzone postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, może być tylko przedsiębiorca. Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedsiębiorcą jest przedsiębiorca w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.), a zatem także spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. W świetle powyższego należy stwierdzić, że Jeronimo przysługuje status przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Należy także zdefiniować pojęcie konsumenta. Art. 4 pkt 11 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów odwołuje się w tym zakresie do ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.), która w art. 22 1 stanowi, że konsumentem jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z prowadzoną przez nią działalnością gospodarczą lub zawodową, czyli np. osoba nabywająca okulary korekcyjne do czytania.

Zgodnie z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Aby można było stwierdzić, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia art. 23 a ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów muszą zostać kumulatywnie spełnione dwie przesłanki, tj.:

- oceniane działanie musi być bezprawne oraz
- działanie to musi naruszać zbiorowe interesy konsumentów;

O bezprawności działania przedsiębiorcy świadczy jego sprzeczność z przepisami innych ustaw i aktów wykonawczych, w których unormowano prawa i obowiązki przedsiębiorców oraz konsumentów. „Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia przeto bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa” (tak w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz pod redakcją prof. Dr hab. Janusza Szwejki, wyd. CH Beck, Warszawa 2000r., s.117-118). Organ antymonopolowy oceniając, czy zachowanie Jeronimo mogło doprowadzić do naruszenia art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, musi zatem zastosować inne przepisy prawa i na ich podstawie ocenić, czy działanie przedsiębiorcy było bezprawne. W art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawarto otwarty katalog zachowań przedsiębiorców, które uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do ww. przepisu prawa niedozwoloną praktyką są m. in. „inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 10 ust. 1 powołanej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji takim czynem może być oznaczenie towaru, które może wprowadzić klientów w błąd co do sposobu zastosowania, istotnych cech produktu oraz zataić ryzyka wiążące się z korzystaniem z tego towaru. Wymagania szczegółowe co do sposobu oznaczenia towaru w postaci okularów korekcyjnych do czytania znajdują się w Załączniku Nr 1 do powołanego rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 3 listopada 2004r. Wymagania zasadnicze dla wyrobów medycznych do różnego przeznaczenia. W pkt 13.1 nakłada on obowiązek dołączenia do każdego wyrobu informacji umożliwiającej identyfikację wytwórcy, a także informacji potrzebnych do bezpiecznego używania wyrobu medycznego, jakim są m.in. przedmiotowe okulary, zredagowanych w sposób zrozumiały. Wymóg czytelności informacji, załączonej do wyrobu medycznego, potwierdza treść powołanej normy PN-EN 1041:2001. Polskie przepisy prawa, odnoszące się do warunków udostępniania informacji dołączanej do wyrobu medycznego, powstały wskutek implementowania odpowiednich przepisów prawa europejskiego. Organ antymonopolowy wskazał w poprzedzającej części decyzji regulacje prawne Unii Europejskiej i stosowane pomocniczo zalecenia, które bezpośrednio dotyczą kwestii czytelności oznaczeń produktów medycznych. Najistotniejszy jest tu art. 56 dyrektywy 2001/83/WE Parlamentu Europejskiego i Rady wprost formułujący nakaz, aby instrukcje użytkownika produktów medycznych były łatwe do odczytania. Prezes UOKiK na podstawie zebranego materiału dowodowego i w kontekście obowiązujących przepisów prawa uznał działanie Jeronimo w postaci oferowania konsumentom okularów korekcyjnych do czytania wraz z nieczytelnymi względnie bardzo słabo czytelnymi instrukcjami użytkownika za bezprawne. Jeśli przepis prawa (rozporządzenie dot. wymagań

zasadniczych dla wyrobów medycznych) nakazuje wprost zrozumiałe redagowanie informacji potrzebnych do bezpiecznego używania wyrobu medycznego, to tym bardziej informacja taka powinna być w ogóle możliwa do odczytania. Przedmiotowe instrukcje zostały napisane zaś za pomocą czcionki, której wielkość może uniemożliwiać lub utrudniać odczytanie istotnych informacji, związanych z użytkowaniem wyrobu medycznego. Tak informacja powinna być łatwa do odczytania, a nie zaledwie czytelna lub wręcz nieczytelna. Czcionka użyta na etykietach okularów oferowanych w sieci „Biedronka” jest mniejsza od najmniejszej czcionki na tablicy Snellena, za pomocą której okuliści określają wielkość wady wzroku i może sprawić problem z odczytaniem nawet osobie o normalnej ostrości widzenia. Zauważyć należy, że z natury rzeczy okularami do czytania zainteresowane są osoby ze zdolnością widzenia niższą niż przeciętna. Także porównanie wielkości użytych w instrukcjach przedmiotowych okularów czcionek i odstępów pomiędzy wierszami z wielkościami tychże określonymi przez Komisję Europejską we „Wskazówkach dotyczących czytelności etykiety i ulotki dołączanej do opakowania produktów leczniczych stosowanych u ludzi” uzasadnia stwierdzenie, iż instrukcje dołączone do okularów korekcyjnych do czytania, oferowanych konsumentom przez Jeronimo mogły być nieczytelne.

Treść przedmiotowych instrukcji jest z punktu widzenia konsumentów bardzo istotna, ponieważ znajdują się tam informacje dotyczące sposobu zastosowania, istotnych cech produktu, których brak czytelności może wpłynąć na stan zdrowia osoby używającej okulary do czytania. Przede wszystkim jest tam zawarta informacja, że te okulary przeznaczone są wyłącznie do czytania oraz, że należy przed zakupem skonsultować się z lekarzem. Wyłącznie na instrukcji do okularów w foliowym opakowaniu jest zawarta informacja o maksymalnym okresie stosowania tych okularów, równym 60 min., i o skutkach jego przedłużenia, którymi mogą być bóle i zawroty głowy. Z nieznanymi powodów informacji o maksymalnym jednorazowym okresie używania okularów „American Way,” oferowanych przez Jeronimo w metalowym etui, zabrakło. Niezależnie od tego czy świadome, takie zatajenie istotnej dla konsumentów informacji, mogło wiązać się z ryzykiem zdrowotnym dla osób używających tych okularów. Zgodnie z poglądem wyrażonym w piśmiennictwie (E. Łętowska „Prawo umów konsumenckich”, wyd. 2 2002r., s. 227) do każdego towaru przynależy pewien zakres informacji o jego „cechach wrażliwych”, szczególnie istotnych dla potencjalnego nabywcy. W rozpatrywanym przypadku taką niewątpliwie wrażliwą informacją jest określenie warunków i sposobu użytkowania przedmiotowych okularów i jeśli w tym zakresie Jeronimo dopuszcza się czynu nieuczciwej konkurencji, to jest to działanie skierowane ewidentnie przeciwko konsumentom. Dzieje się tak niezależnie od tego, czy zostało ono spowodowane świadomą decyzją tego przedsiębiorcy, czy też wynikało niezależnie od jego woli, o czym stanowi charakter stosunków handlowych pomiędzy profesjonalistą, a nie posiadającym wiedzy specjalistycznej konsumentem.

Organ antymonopolowy nie uwzględnił poglądów wyrażanych przez przedsiębiorcę w trakcie postępowania administracyjnego w przedmiocie zaniżania przez Prezesa UOKiK zdolności odbioru przeciętnego konsumenta. Fakt, w postaci oferowania właśnie okularów, do których instrukcje użytkowania

zostały napisane czcionką mniejszą niż najmniejsza czcionka na tablicy Snellena (służącej do badania wzroku) jest niepodważalny. Świadczy to o stawianiu przez przedsiębiorcę nabywcom oferowanych przez niego okularów wyśrubowanych wymagań co do ostrości wzroku, co w przypadku tego akurat produktu wydaje się absolutnie pozbawione uzasadnienia., tym bardziej, że żaden inny produkt w sieci sklepów „Biedronka”, w analizowanym okresie, nie był oznaczony z użyciem tak małych liter. Poglądy zaś Jeronimo odnośnie oczekiwania, iż człowiek posiadający wadę wzroku skorzysta przez zakupem okularów do czytania z porady specjalisty nie zostały udowodnione. Zresztą niezależnie od tego, czy dana osoba korzysta z porady okulisty, czy też nie, informacja dołączona do wyrobu medycznego winna być czytelna i zrozumiała.

Pojęcie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów oznacza działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzące w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Zbiorowym interesem konsumentów nie jest, zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, suma indywidualnych interesów konsumentów. Oznacza to, że do dokonania oceny działań danego przedsiębiorcy przez Prezesa UOKiK, w kontekście naruszenia w/w interesu, konieczne jest stwierdzenie, iż negatywnie oceniane (bezprawne) działania tegoż przedsiębiorcy mogą dotknąć szerszy krąg uczestników rynku. Oceniając, czy działania Jeronimo, w postaci niewłaściwego oznaczenia sprzedawanych okularów, godzą w zbiorowe interesy konsumentów, należy wziąć pod uwagę charakter, sposób sprzedaży oraz ilość wprowadzanego do obrotu towaru. Okulary korekcyjne do czytania są towarem powszechnie użytkowanym i powszechnie dostępnym. Są oferowane przez optyków, ale przede wszystkim przez sieci handlowe, apteki i bazy. Jeronimo, dysponując siecią ok. 1300 sklepów w Polsce, miał możliwość dotarcia ze swoją ofertą do wielu tysięcy konsumentów. W przypadku przedmiotowych okularów taka sytuacja miała miejsce, zważywszy na ponad 173 tys. sztuk sprzedanych.. Była to więc grupa konsumentów z góry nieograniczona pod względem ilościowym. Należy zatem uznać, że w przypadku, którego dotyczy niniejsza decyzja miało miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z dokonanyimi ustaleniami Jeronimo zakończył ostatecznie sprzedaż detaliczną okularów korekcyjnych do czytania w dniu 7.01.2006r.

Prezes UOKiK w kwestii oceny opisaney w decyzji sprawy, stanął na stanowisku, iż jest organem właściwym. Nadzór nad wyrobami medycznymi wprowadzonymi do obrotu i do używania sprawuje Prezes Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych (dalej: Prezes Urzędu Rejestracji). Do jego zakresu zadań należy między innymi:

- prowadzenie Rejestru wyrobów medycznych i podmiotów odpowiedzialnych za ich wprowadzenie do obrotu i używanie;
- nadzór m.in. nad oznakowywaniem, przechowywaniem, rozprowadzaniem wyrobów medycznych;
- przeprowadzanie oceny incydentów medycznych.

Dokonana przez organ antymonopolowy analiza przepisów określających kompetencje Prezesa Urzędu Rejestracji, a w szczególności procedury obejmującej zasady jego postępowania w procesie kontroli podmiotów prowadzących na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej działalność w zakresie obrotu wyrobami medycznymi pozwala przyjąć, że nie jest w przedmiotowej

sprawie wyłączona kompetencja Prezesa UOKiK w ocenie przedsiębiorców, dokonujących detalicznej sprzedaży wyrobów medycznych konsumentom, pod kątem powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Działania podejmowane przez Prezesa Urzędu Rejestracji dotyczą w głównej mierze skutków, jakie wiążą się lub mogą się wiązać z użytkowaniem danego wyrobu medycznego, a w szczególności możliwości lub już zaistnienia tzw. incydentu medycznego, który wskazuje na szkodliwe działanie danego wyrobu. Kontrole planowe podejmowane są zaś na podstawie informacji o incydentach medycznych i alertach na stronach internetowych organów kompetentnych państw Unii Europejskiej. Natomiast kontrole doraźne przeprowadza Prezes Urzędu Rejestracji na skutek pisemnych powiadomień o braku zgodności, uchybieniach i reklamacjach. Kontrola taka może dotyczyć także analizy etykiet, instrukcji użytkowania, opisu stosowania i przeznaczenia wyrobu oraz sprawdzenia procedury oceny zgodności wynikającej ze zgłoszenia do Rejestru wyrobu – Procedura Nr: WM/NR/001 (strona internetowa Prezesa Urzędu Rejestracji). Zakończenie kontroli skutkuje wydaniem zaleceń pokontrolnych i możliwością wydania decyzji, jeżeli stwierdzono potencjalne ryzyko zagrożenia życia i zdrowia pacjentów, użytkowników i osób trzecich. Natomiast, jeżeli w trakcie kontroli stwierdzono nieprawidłowości w oznakowaniu lub instrukcji obsługi, które mogą bezpośrednio lub pośrednio doprowadzić do zdarzenia powodującego śmierć lub poważne pogorszenie stanu zdrowia pacjenta, użytkownika uznaje się to za potencjalny incydent medyczny i wówczas wdraża się następną procedurę, oznaczoną jako WM/NR/002.

Opisany wyżej zakres działania Prezesa Urzędu Rejestracji, zdaniem organu antymonopolowego, dotyczy oceny skutków działania danego wyrobu medycznego wprowadzonego do obrotu przez przedsiębiorcę w kontekście możliwości zaistnienia incydentu medycznego, czyli oceny czysto techniczno – medycznej działania produktu. Wydaje się jednak, że przy użytkowaniu okularów korekcyjnych do czytania sprzedawanych przez Jeronimo stwierdzenie incydentu medycznego byłoby bardzo trudne, a dokonana przez Prezesa UOKiK ocena zachowania przedsiębiorcy dokonana została w kierunku zmierzającym do wyegzekwowania działania zgodnego z przepisami prawa w interesie ogółu konsumentów. Celem pozostaje wyposażenie towaru w czytelne informacje, zwłaszcza co do sposobu użytkowania które przyczynią się do właściwego jego użytkowania przez z góry nieokreśloną grupę konsumentów, co nie wyłącza kompetencji Prezesa Urzędu Rejestracji w zakresie jego właściwości.

Zebrany w sprawie materiał dowodowy, oceniony na podstawie wskazanych wyżej przepisów prawa wskazuje, że działania przedsiębiorcy, skierowane wobec z góry nieokreślonej grupy konsumentów, stanowiły czyn nieuczciwej konkurencji, określony w art. 10 ust. 1 powołanej ustawy zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i tym samym wypełniły przesłankę do uznania tych działań, w postaci niewłaściwego oznaczenia oferowanego towaru, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym Prezes UOKiK stwierdził, jak w sentencji niniejszej decyzji.

W toku prowadzonego postępowania, z dniem 20.04.2007 r. została uchylona ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, na podstawie której wszczęte zostało niniejsze postępowanie administracyjne. W jej miejsce weszła ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50 poz. 331). Przepisy przejściowe, zawarte w art. 131 nowej ustawy stanowią, że do postępowań wszczętych na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji (...) z dnia 15 grudnia 2000 r. i nie zakończonych do dnia wejścia w życie tejże ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – 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 – Delegatura w Lublinie.

Otrzymuje:

Pan




Dystrybucja S.A.
ul. Postępu 17d
02-676 Warszawa

Decyzja RLU Nr 66/2008 podpisana w dniu 31.12.2008r. z up. Prezesa UOKiK przez Dyrektora Delegatury UOKiK w Lublinie Ewę Wiszniowską.

