



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-023-92(9)/14/JK

Warszawa, 29 kwietnia 2015 r.

DECYZJA DIH-1/30/2015

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2014 r. poz. 148, z późn. zm.), art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2014 r. poz. 915), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorcy Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie od decyzji Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej Kielcach nr 83/2014 z dnia 30 października 2014 r. (nr akt sprawy: ŻG.8361.241.2014), którą ww. przedsiębiorcy wymierzono karę pieniężną w wysokości 500 zł (słownie: pięćset złotych) z tytułu nieprawidłowości w uwidacznianiu cen oferowanych produktów, **uchyla zaskarżoną decyzję w całości i umarza postępowanie pierwszej instancji w całości.**

UZASADNIENIE

Pismem z dnia 27 sierpnia 2014 r., na podstawie art. 79 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2013 r. poz. 672, z późn. zm.), Świętokrzyski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Kielcach, zwany dalej również „Świętokrzyskim WIIH”, zawiadomił przedsiębiorcę Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, zwanego dalej również „stroną”, o zamiarze wszczęcia kontroli w zakresie przestrzegania przepisów dotyczących uwidaczniania cen. Przedmiotowe pismo strona odebrała 1 września 2014 r.

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 19 – 23 września 2014 r. przez inspektorów reprezentujących Świętokrzyskiego WIIH, w supermarkecie Tesco, mieszczącym się w Kielcach przy ul. Sandomierskiej 131, sprawdzono prawidłowość informowania o cenach oferowanych do sprzedaży towarów.

W związku z powyższym, ustalono, że:

- w przypadku produktu Fix Soczysty Kurczak z patelni a`25g niewłaściwie wyliczono cenę jednostkową, tj. cena uwidoczniona to 133 zł, natomiast powinno być 159,60 zł;
- w przypadku Masła Ekstra Tesco a`200g, oferowanego w cenie promocyjnej przy zakupie dwóch kostek – nie uwidoczniono ceny jednostkowej w przypadku zakupu jednej kostki;
- w przypadku produktów: Majonez Hellmans Babuni a`400g „Przecena 65% taniej”, Woda Żywiec Zdrój gazowana 8x0,5L (7+1) „Przecena 30%”, Malina Mrożona Tesco a`300g „Przecena 30%” – nie podano przyczyny dokonanej przeceny,

co naruszało wymagania art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2014 r. poz. 915), zwanej dalej „*ustawą o informowaniu o cenach*”, w związku z § 7 ust. 3 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniana cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży (Dz. U. z 2002 r. Nr 97, poz. 894, z późn. zm.), zwanym dalej „*rozporządzeniem w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen*”.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z dnia 23 września 2014 r. (nr akt kontroli: ŻG.8361.241.2014) oraz Załączniku nr 1 do tego protokołu.

W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, pismem z dnia 9 października 2014 r., Świętokrzyski WIIH poinformował przedsiębiorcę Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie wymierzenia, na podstawie art. 6 ust. 1 ustawy o informowaniu o cenach, kary pieniężnej z tytułu stwierdzonych nieprawidłowości w uwidacznianiu cen oferowanych produktów oraz o przysługującym stronie prawie do wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów.

Strona skorzystała z przysługującego jej prawa, kierując do organu pismo z dnia 15 października 2014 r. W piśmie tym strona poinformowała, że pracownicy zostali przeszkoleni z zasad prawidłowego oznaczania towarów wywieszkami cenowymi, a stwierdzone rozbieżności zostaną wyeliminowane. Strona odniosła się również do zarzucanego przez organ pierwszej instancji braku podania przyczyny obniżki ceny produktów.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją nr 83/2014 z dnia 30 października 2014 r. (nr akt sprawy: ŻG.8361.241.2014), Świętokrzyski WIIH wymierzył ww. przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości 500 zł (słownie: pięćset złotych) z tytułu nieprawidłowości w informowaniu o cenach oferowanych produktów.

Pismem z dnia 14 listopada 2014 r., strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „*Prezesem UOKiK*”, odwołanie od ww. decyzji, wnosząc o zmianę decyzji Świętokrzyskiego WIIH w zakresie nałożonej kary pieniężnej.

Zaskarżonej decyzji zarzuciła naruszenie § 7 ust. 2 i 3 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen poprzez nieprawidłową interpretację podania przyczyny obniżki ceny w przypadku produktów oferowanych w promocjach.

Strona zarzuciła również organowi orzeczenie kary niewspółmiernej, nieproporcjonalnej do stwierdzonego naruszenia z uwagi na to, że:

- w kontrolowanej placówce oferowanych do sprzedaży jest kilkadziesiąt tysięcy produktów, które co do zasady opatrzone są wywieszkami zawierającymi wymagane prawem dane,
- w przypadku pozostałych stwierdzonych nieprawidłowości wynikają one z błędu ludzkiego i nie świadczą o świadomym działaniu na szkodę konsumenta,
- stwierdzone nieprawidłowości zostały zgłoszone do odpowiednich osób i, gdzie to konieczne, podjęto stosowne działania.

Pismem z dnia 29 grudnia 2014 r., Prezes UOKiK poinformował przedsiębiorcę Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, że przed wydaniem rozstrzygnięcia kończącego postępowanie w sprawie, stronie biorącej udział w postępowaniu administracyjnym przysługuje na podstawie art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r. poz. 267, z późn. zm.), zwanej dalej „*k.p.a.*”, prawo do zapoznania się z aktami sprawy, a także wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań.

Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o informowaniu o cenach, w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. W przypadku obniżki ceny uwidacznia się także informację o przyczynie wprowadzenia obniżki.

Jak stanowi art. 25 ww. ustawy, dotychczasowe przepisy wykonawcze wydane na podstawie art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. (Dz. U. z 2013 r. poz. 385) zachowują moc do dnia wejścia w życie przepisów wykonawczych wydanych na podstawie art. 4 ust. 2 ustawy o informowaniu o cenach, nie dłużej jednak niż do dnia 31 grudnia 2015 r. W związku z powyższym, w przedmiotowej sprawie zastosowanie mają odpowiednie przepisy rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen.

W myśl § 7 ust. 3 ww. rozporządzenia, w materiałach reklamowych, o których mowa w ust. 1, oraz w placówkach handlowych przy towarach oferowanych do sprzedaży po przecenie lub na wywieszkach umieszczonych przy towarach przecenionych obok przekreślonej dotychczasowej ceny i wyrazu „przecena” albo wyrazów „obniżka ceny” lub „podwyżka ceny” uwidacznia się cenę obniżoną lub podwyższoną, jej okres obowiązywania, a także przyczynę lub przyczyny dokonanej przeceny – obniżki lub podwyżki ceny.

Rozporządzenie w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen, w § 8 ust. 1 pkt 2, wskazuje, że cena jednostkowa uwidoczniiona przy towarze na wywieszce lub w innej formie dostępnej dla kupującego powinna dotyczyć ceny za 1 kilogram lub 1 tonę – dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według masy.

Jeżeli przedsiębiorca nie wykonuje obowiązków, o których mowa w art. 4 ustawy o informowaniu o cenach, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 20 000 zł, o czym stanowi art. 6 ust. 1 tej ustawy.

W niniejszej sprawie, w toku kontroli przeprowadzonej w placówce handlowej należącej do przedsiębiorcy Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, stwierdzono nieprawidłowości w informowaniu o cenach oferowanych do sprzedaży produktów. W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, Świętokrzyski WIIH wymierzył w drodze decyzji karę pieniężną przedsiębiorcy Tesco Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie, to jest podmiotowi, który nie dopełnił nałożonych na niego obowiązków.

Odwołując się od decyzji strona zarzuca organowi pierwszej instancji naruszenie § 7 ust. 2 i 3 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen poprzez nieprawidłową interpretację „podania przyczyny dokonanej przeceny”. Strona zwróciła uwagę na § 7 ust. 2 ww. rozporządzenia, który, jej zdaniem, osobno traktuje promocję i przecenę. Z kolei § 7 ust. 3 tego rozporządzenia mówi tylko o towarach przecenionych, co oznacza, że obowiązek podawania przyczyny obniżki ceny nie dotyczy towarów sprzedawanych po cenach promocyjnych. Ponadto strona wskazała, że rozporządzenie w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen nie definiuje pojęcia ceny promocyjnej i ceny obniżonej, co stwarza trudności we wskazaniu różnic między nimi. Zdaniem strony, sytuacja tak miała miejsce w przypadku oznaczeń typu „20% taniej”, ponieważ dotyczą one produktów oferowanych po cenach promocyjnych, a nie obniżonych. Oferowane produkty są towarami pełnowartościowymi i ich cena nie została obniżona z uwagi na wady czy niższą jakość produktu. Są to jedynie towary oferowane w cenie korzystniejszej dla konsumenta. W związku z powyższym, nie zachodzi potrzeba podawania przyczyny obniżenia ceny.

W ocenie Prezesa UOKiK, po analizie zgromadzonego materiału dowodowego, nie sposób nie zgodzić się z zarzutem strony w kwestii naruszenia przez organ pierwszej instancji § 7 ust. 3 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen. Nie ulega wątpliwości, że konsument ma prawo wiedzieć z jakiego powodu wprowadza się obniżkę ceny danego produktu, tj. czy jest to związane z upływem jego terminu przydatności/daty minimalnej trwałości, czy jest to akcja promocyjna przedsiębiorcy, wyprzedaż związana z likwidacją sklepu lub też, czy produkt ma wady. Okoliczności te mogą bowiem mieć wpływ na decyzje zakupowe konsumentów i ich prawo do reklamacji towaru. Prezes UOKiK wskazuje jednak, że w przypadku uwidocznienia informacji typu: „Majonez Babuni Hellmans Przecena 65% taniej”, „Woda Żywiec Zdrój gazowana 8x0,5L (7+1) Przecena 30%”, „Maliny mrożone Tesco Przecena 30%”, wskazuje ono, że jest to akcja promocyjna przedsiębiorcy, czyli przyczyna obniżki została podana. Przy takim oznakowaniu konsument oczekuje, że produkt jest pełnowartościowy i obniżka ceny nie będzie spowodowana takimi przyczynami, jak np. likwidacja sklepu, czy zbliżający się termin przydatności. W tym miejscu należy

przywołać definicję przeciętnego konsumenta, zawartą w art. 2 ust. 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”, zgodnie z którą jest to konsument dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Ma on zatem pewien zasób wiedzy o rzeczywistości gospodarczej, w jakiej styka się z przekazem reklamowym i potrafi wiadomości te wykorzystywać do jego analizy (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 marca 2014 r., sygn. III SK 34/13). Wobec powyższego, w opinii Prezesa UOKiK, konsument dysponując takimi jak ww. informacjami o produkcie, jest w stanie rozpoznać ofertę handlową przedsiębiorcy i odróżnić ją od innych przekazów wskazujących np. na towary niepełnowartościowe.

Prezes UOKiK nie podziela również stanowiska organu pierwszej instancji w kwestii sankcjonowania na gruncie ustawy o informowaniu o cenach nieprawidłowości polegających na niewłaściwym wyliczeniu ceny jednostkowej dla produktu Fix Soczysty Kurczak z patelni i braku wyliczenia ceny jednostkowej w przypadku zakupu jednej kostki Masła Ekstra Tesco (przy zakupie dwóch kostek produkt oferowany był w cenie promocyjnej i miał wyliczoną cenę jednostkową). Należy podkreślić, że zgodnie z art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o informowaniu o cenach, w miejscu sprzedaży uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (podkreślenia organu drugiej instancji). Nie ulega wątpliwości, że w niniejszym przypadku cena jednostkowa znajdowała się w miejscu sprzedaży produktu Fix Soczysty Kurczak z patelni. Ponadto zauważyć należy, iż w myśl art. 5 ust. 3 pkt 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, nieuczciwą praktyką rynkową jest wprowadzające w błąd przeciętnego konsumenta działanie, dotyczące ceny, sposobu obliczenia ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej. W ocenie Prezesa UOKiK, Świętokrzyski WIIH pominął fakt, iż w niniejszej sprawie może mieć miejsce taka właśnie sytuacja. Odnosząc się zaś do kwestionowanego przez organ pierwszej instancji braku wyliczenia ceny jednostkowej przy zakupie jednej kostki Masła Tesco Ekstra, Prezes UOKiK wskazuje, że organ ten nie wziął pod uwagę, iż art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o informowaniu o cenach, wymaga uwidocznienia (podkreślenia organu drugiej instancji) ceny jednostkowej produktu, natomiast § 8 ust. 1 pkt 2 rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen stanowi jedynie, że w przypadku towarów przeznaczonych do sprzedaży według masy, cena jednostkowa ma dotyczyć ceny za 1 kilogram lub 1 tonę. Wskazane w ww. przepisach elementy znajdowały się natomiast w miejscu sprzedaży przedmiotowego masła. W związku z powyższym, zdaniem Prezesa UOKiK, stwierdzone nieprawidłowości nie stanowią naruszenia ustawy o informowaniu o cenach, skutkującego wymierzeniem kary pieniężnej, tym niemniej są wymaganiem określonym w akcie prawnym i mogą być usuwane np. na podstawie żądania porządkowo-organizacyjnego [art. 16 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2014 r. poz. 148 z późn. zm.)].

Wobec powyższych ustaleń, należy stwierdzić, że nie jest zasadnym wymierzenie przedsiębiorcy kary pieniężnej, o której mowa w art. 6 ust. 1 ustawy o informowaniu o

cenach, w związku z czym Prezes UOKiK, działając w trybie odwoławczym, na podstawie art. 138 § 1 pkt 2 k.p.a., uchylił zaskarżoną decyzję i umorzył postępowanie organu pierwszej instancji.

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 k.p.a. 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 2 k.p.a., organ odwoławczy wydaje decyzję, w której uchyla zaskarżoną decyzję w całości albo w części i w tym zakresie orzeka co do istoty sprawy albo uchylając tę decyzję – umarza postępowanie pierwszej instancji w całości albo w części.

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 2012 r. poz. 270, z późn. zm.) od niniejszej decyzji przysługuje skarga wnoszona do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, którą należy wnieść w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Wiceprezes
Dorota Karczewska

Otrzymują:

1. (...) pełnomocnik
Tesco Polska Sp. z o.o.
ul. Kapelanka 56
30-347 Kraków
2. Świętokrzyski Wojewódzki Inspektor
Inspekcji Handlowej w Kielcach
3. a/a