



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DIH-023-21(5)/14/JS

Warszawa, 5 maja 2014 r.

DECYZJA DIH-1/ 32 /2014

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 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), art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 z późn. zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpatrzeniu odwołania przedsiębiorcy „KAMPALA” Sp. z o.o. z siedzibą w Wolsztynie od decyzji Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej z dnia 3 lutego 2014 r. (nr akt sprawy: D/LE.ŻG.8361.211.2013), którą wymierzono ww. przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych) w związku z wprowadzeniem do obrotu czterech partii wędlin o wartości 200,06 zł nieodpowiadających jakości handlowej określonej w przepisach **utrzymuje zaskarżoną decyzję w mocy.**

UZASADNIENIE

W toku kontroli przeprowadzonej w dniach 29 października do 6 listopada 2013 r. przez inspektorów reprezentujących Wielkopolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej, zwanego dalej również „*Wielkopolskim WIIH*” w marcecie INTERMARCHE w Wolsztynie przy ul. Dworcowej 7 należącym do przedsiębiorcy „KAMPALA” Sp. z o.o. z siedzibą w Wolsztynie stwierdzono, że do sprzedaży oferowano cztery partie wędlin nieprawidłowo oznakowanych o łącznej wartości 200,06 zł, tj.:

- trzy partie wędlin bez opakowań: 3 kg kielbasy niedźwiedziej, 2 kg kielbasy muszkietera i 4 kg kielbasy polskiej surowej zwanych dalej również „*wędlinami*” – w miejscu sprzedaży ww. wędlin znajdowały się wywieszki z nazwą towaru, ceną za kilogram oraz informacją „Z naszej wędzarni, wędzarni w sklepie”. Brak było natomiast uwidocznionej w jakiegokolwiek formie nazwy producenta i wykazu składników. Powyższe naruszało § 17 ust. 1 pkt 1 i 2 rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 10 lipca 2007 r. w sprawie znakowania środków spożywczych (Dz. U. Nr 137, poz. 966 z późn. zm.), zwanego dalej „*rozporządzeniem w sprawie znakowania*”. W toku kontroli stwierdzono,

że broszura z wykazem składników oferowanych wędlin znajdowała się w szafce niedostępnej dla konsumenta. Na żądanie kontrolujących ww. broszurę wyłożono w miejscu widocznym i dostępnym konsumentów oraz ujawniono także nazwę producenta zakwestionowanych produktów: Ciżma Sp. z o.o., Osiedle Północ 13, 64-300 Nowy Tomyśl.;

- jedną partię (siedem opakowań a' 250 g) parówek wieprzowych Interki, Classic zwanych dalej również „parówkami” z napisem „Wiejskie Pyszności” i obrazkiem (logiem) przedstawiającym dwa małe domki na tle pól oraz napisem „Tradycja dojrzewa powoli”. Powyższe w zestawieniu z kompozycją składników użytych do wyprodukowania zakwestionowanych parówek, zdaniem Wielkopolskiego WIIH, stanowiło naruszenie przepisów art. 16 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 31 z 1.2.2002 s. 1 z późn. zm.), zwanego dalej „rozporządzeniem (WE) nr 178/20002”. Zgodnie z Protokołem oględzin nr II podpisanym przez kierownika sklepu w dniu 6 listopada 2013 r. na opakowaniu ww. parówek widniał następujący „Skład: mięso wieprzowe 68,2%, woda, tłuszcz wieprzowy, skrobia ziemniaczana, sól, białko sojowe, hydrolizowane białko roślinne, stabilizatory: cytrynian sodu, mleczan potasu, octan potasu, difosforany, trifosforany; przyprawy naturalne i ich ekstrakty, laktoza; dekstroza; glukoza; skrobia modyfikowana; substancje zagęszczające: guma guar, karagen, guma ksantanowa; przeciwutleniacze: kwas askorbinowy, kwas izoaskorbinowy, wzmacniacz smaku: glutaminian sodu; barwnik naturalny: koszenila; substancja konserwująca: azotyn sodu”.

Powyższe ustalenia udokumentowano w Protokole kontroli z dnia 6 listopada 2013 r. (nr akt kontroli: D.LE.ŻG.8361.211.2013).

Pismem z dnia 17 grudnia 2013 r. Wielkopolski WIIH zawiadomił przedsiębiorcę „KAMPALA” Sp. z o.o. z siedzibą w Wolsztynie o wszczęciu postępowania administracyjnego w przedmiocie wymierzenia kary pieniężnej określonej w art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz. U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o jakości handlowej”, z tytułu wprowadzenia do obrotu czterech ww. partii wędlin nieodpowiadających jakości handlowej określonej w przepisach o jakości handlowej. Poinformował także stronę o przysługującym jej prawie do wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów. Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego, decyzją z dnia 3 lutego 2013 r. (nr akt: D/LE.ŻG.8361.211.2013), Wielkopolski WIIH, w oparciu o art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, wymierzył ww. przedsiębiorcy karę pieniężną w wysokości 800,00 zł (słownie: osiemset złotych) w związku z wprowadzeniem do obrotu czterech ww.

partii produktów o łącznej wartości 200,06 zł, nieodpowiadających jakości handlowej z uwagi na nieprawidłowe oznakowanie.

Pismem z dnia 12 lutego 2014 r., strona złożyła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwanego dalej również „Prezesem UOKiK”, odwołanie od ww. decyzji, wnosząc o jej uchylenie oraz umorzenie postępowania, ewentualnie o uchylenie zaskarżonej decyzji oraz przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania. W odwołaniu strona nie odniosła się do kwestii braku nazwy producenta i wykazu składników wymaganego na podstawie § 17 ust. 1 pkt 1 i 2 rozporządzenia w sprawie znakowania przy trzech partiach wędlin oferowanych do sprzedaży na wagę (luzem). Przedsiębiorca skupił się natomiast na dowodzeniu, że zwrot „wiejskie pyszności” użyty na jednej partii parówek (siedem opakowań a’ 250 g) nie wprowadza konsumentów w błąd. Na potwierdzenie swego stanowiska strona powołała się na opinie ekspertów, które miały stanowić załącznik do ww. pisma przy którym wniesiono odwołanie, jednakże nie zostały dostarczone z tym pismem ani w toku postępowania odwoławczego..

W uzasadnieniu do odwołania, strona podniosła zarzut:

- a) naruszenia prawa materialnego, tj. przepisów art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej oraz art. 16 rozporządzenia 178/2002 sprowadzającego się do bezpodstawnego przyjęcia przez organ pierwszej instancji, iż nazwa „Wiejskie pyszności” wprowadza konsumentów w błąd i jako taka jest niezgodna z przepisami dotyczącymi jakości handlowej;
- b) naruszenia przepisów postępowania, które mogło mieć istotny wpływ na wynik sprawy, a mianowicie:
 - art. 7 i art. 77 § 1 Kpa poprzez brak wyczerpującego zebrania i rozpatrzenia całego materiału dowodowego, w tym w zakresie takich okoliczności faktycznych jak: rzeczywista możliwość wpływu stosowania w oznaczeniu znaku „Wiejskie pyszności” na przekonanie konsumenta dotyczące tradycyjnej (domowej/wiejskiej) metody ich wytwarzania;
 - art. 80 Kpa poprzez przyjęcie za udowodnione istotnych okoliczności faktycznych dotyczących użycia w nazwie określenia „Wiejskie pyszności”, że wprowadza on konsumentów w błąd, co do składu i właściwości produktu sugerując, iż został wytworzony w sposób prosty, domowy i w związku z tym nie zawiera substancji konserwujących oraz poprawiających wygląd i smak produktu;
 - art. 11 Kpa poprzez brak wystarczającego i przekonującego wyjaśnienia na jakich przesłankach organ oparł twierdzenia dotyczące reguł pozwalających lub wykluczających stosowane w oznakowaniu produktu określeń „wiejski/wiejska” w zależności od metody ich produkcji oraz składu;

- art. 107 § 3 Kpa poprzez brak wyczerpującego wyjaśnienia podstawy faktycznej oraz prawnej zaskarżonej decyzji, w szczególności wskazania, co do którego z kryteriów wskazanych w art. 16 rozporządzenia 178/2002 odnosi się zdaniem organu możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd poprzez stosowanie zwrotu „Wiejskie pyszności”.

Pismem z dnia 10 marca 2014 r., Prezes UOKiK poinformował przedsiębiorcę „KAMPALA” Sp. z o.o. z siedzibą w Wolsztynie, 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 przysługujących jej uprawnień.

Ponadto pismem z dnia 13 marca 2014 r., (które zostało odebrane przez stronę 17 marca 2014 r.) Prezes UOKiK poinformował stronę, że przesłane odwołanie nie zawierało żadnego załącznika. Zastrzegł także, że brak dowodów (załączników), na które powołuje się strona w treści odwołania, uniemożliwi ustosunkowanie się do podniesionych kwestii.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Obowiązujące regulacje prawne w zakresie obrotu produktami żywnościowymi to jest, w szczególności, rozporządzenie nr 178/2002, tworzą podstawy do zapewnienia wysokiego poziomu ochrony zdrowia ludzkiego i interesów konsumentów w zakresie żywności. W art. 8 stanowi ono, iż prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów świadomego wyboru związanego ze spożywaną przez nich żywnością.

Zgodnie z 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 m.in. wymagania wynikające ze sposobu produkcji, opakowania, prezentacji i oznakowania artykułów rolno-spożywczych, nieobjęte wymaganiami sanitarnymi, weterynaryjnymi lub fitosanitarnymi.

W myśl art. 6 ust. 1 ustawy o jakości handlowej, artykuły rolno-spożywcze wprowadzane do obrotu są oznakowane. Do znakowania artykułów rolno-spożywczych zgodnie z ust. 2 tego przepisu stosuje się odpowiednio wymagania art. 45 ust.2, art. 46 ust. 1 pkt 1 i art. 48 ust. 1 ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. *o bezpieczeństwie żywności i żywienia* (Dz. U. z 2010 r. Nr 136, poz. 914 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o bezpieczeństwie żywności i żywienia”, przy czym wskazany art. 46 ust. 1 pkt 1 stosuje się również do prezentacji artykułów rolno-spożywczych (art. 6 ust. 3 ustawy o jakości handlowej). Zgodnie

z art. 48 ust. 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia środki spożywcze muszą być oznakowane w sposób zrozumiały dla konsumenta.

Wydane w oparciu m.in. o ustawę o jakości handlowej rozporządzenie w sprawie znakowania środków spożywczych stanowi w § 17 ust. 1 pkt 1 i 2, że w przypadku środków spożywczych bez opakowań lub pakowanych przy sprzedaży, oprócz nazwy środka spożywczego podaje się nazwę albo imię i nazwisko producenta, wykaz składników, klasę jakości handlowej albo inny wyróżnik jakości handlowej, jeżeli zostały one ustalone w przepisach w sprawie szczegółowych wymagań w zakresie jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych lub ich grup albo jeżeli obowiązek podawania klasy jakości handlowej albo wyróżnika wynika z odrębnych przepisów. Informacje te podaje się w miejscu sprzedaży na wywieszce dotyczącej danego środka spożywczego lub w inny sposób w miejscu dostępnym bezpośrednio konsumentom.

Należy zauważyć, że w przeciwieństwie do sprzedaży żywności w formie opakowanej, w przypadku wyrobów oferowanych luzem oznakowanie w miejscu sprzedaży stanowi praktycznie jedyne źródło informacji dla nabywcy o rodzaju i właściwościach środka spożywczego.

W myśl art. 16 rozporządzenia 178/2002 etykietowanie, reklama i prezentacja żywności lub pasz, z uwzględnieniem ich kształtu, wyglądu lub opakowania, używanych opakowań, sposobu ułożenia i miejsca wystawienia oraz informacji udostępnianych na ich temat w jakikolwiek sposób, nie może wprowadzać konsumentów w błąd. Podobnie normuje to prawodawstwo krajowe, tj. ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia. W myśl art. 46 ust. 1 pkt 1 lit. a) tej ustawy oznakowanie środka spożywczego nie może wprowadzać konsumenta w błąd, w szczególności co do charakterystyki środka spożywczego, w tym jego nazwy, rodzaju, właściwości, składu, ilości, trwałości, źródła lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji. Przepis ten odnosi się również do reklam i prezentacji artykułów rolno-spożywczych (art. 6 ust. 3 ustawy o jakości handlowej).

Ustawa o jakości handlowej stanowi w art. 40a ust. 1 pkt 3, że każdy, kto wprowadza do obrotu artykuły rolno-spożywcze nieodpowiadające jakości handlowej określonej w przepisach o jakości handlowej lub deklarowanej przez producenta w oznakowaniu tych artykułów, podlega karze pieniężnej w wysokości do pięciokrotnej wartości korzyści majątkowej uzyskanej lub która mogłaby zostać uzyskana przez wprowadzenie tych artykułów rolno-spożywczych do obrotu, nie niższej jednak niż 500 zł. Ustalając wysokość kary pieniężnej, wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej uwzględnia, na mocy art. 40a ust. 5 tej ustawy, stopień szkodliwości czynu, stopień zawinienia, zakres naruszenia, dotychczasową działalność podmiotu działającego na rynku artykułów rolno-spożywczych i wielkość jego obrotów.

W niniejszej sprawie, w toku kontroli przeprowadzonej w markecie INTERMARCHE w Wolsztynie należącym do przedsiębiorcy „KAMPALA” Sp. z o.o. z siedzibą w Wolsztynie

stwierdzono, że trzy partie wędlin oferowanych bez opakowań i jedna partia parówek w opakowaniach jednostkowych nie spełniało wymagań określonych w przepisach.

W opinii Prezesa UOKiK ustalenia kontroli odnoszące się do braku wymaganych oznaczeń ww. partii wyrobów wskazywały na popełnienie czynu opisanego w art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, a więc były podstawą do wymierzenia stronie kary określonej w tym przepisie.

Odwołując się od decyzji strona wniosła o uchylenie zaskarżonej decyzji oraz umorzenie postępowania, ewentualnie o uchylenie zaskarżonej decyzji oraz przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania. Strona w całym odwołaniu nie kwestionowała braku oznaczeń przy trzech partiach wędlin oferowanych bez opakowań, skupiła się natomiast na jednej partii parówek w opakowaniach jednostkowych, w oznakowaniu których użyto określenia „Wiejskie pyszności”.

Prezes UOKiK podkreśla, że przyjęte przez ustawodawcę brzmienie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej wprowadza mechanizm polegający na tym, że każdy, w stosunku do kogo zostanie ustalone, iż wprowadził do obrotu nieodpowiadające jakości handlowej artykuły rolno-spożywcze, podlega karze przewidzianej w tym przepisie. Oznacza to, że samo stwierdzenie – udowodnienie faktu wprowadzenia do obrotu nieodpowiadających jakości handlowej produktów, powoduje konieczność nałożenia stosownej kary (por. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 4 sierpnia 2010 r. sygn. akt VI SA/Wa 894/10). Odpowiedzialność określona w tych przepisach ma charakter obiektywny, natomiast przesłanką jej przyjęcia jest tylko fakt wprowadzenia do obrotu produktów o niewłaściwej jakości handlowej (por. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 7 maja 2010 r. sygn. akt VI SA/Wa 126/10).

W związku z powyższym nie może być mowy o odstąpieniu lub anulowaniu kary wymierzonej przez organ pierwszej instancji.

Prezes UOKiK wskazuje, że ponad wszelką wątpliwość trzy partie wędlin oferowane do sprzedaży bez opakowań nie posiadały wymaganych na podstawie § 17 ust. 1 pkt 1 i 2 rozporządzenia w sprawie znakowania oznaczeń - brak było uwidocznionej w jakiegokolwiek formie nazwy producenta i wykazu składników. Obowiązkiem przedsiębiorcy prowadzącego działalność związaną z żywnością jest przestrzeganie wymogów prawa żywnościowego w przedsiębiorstwie będącym pod jego kontrolą. Rozporządzenie w sprawie znakowania środków spożywczych jasno precyzuje, że w przypadku wędlin oferowanych do sprzedaży bez opakowań jednostkowych (luzem), w miejscu ich sprzedaży, na dotyczących ich wywieszkach lub w miejscu dostępnym bezpośrednio konsumentom, oprócz nazwy wyrobu, podaje się nazwę albo imię i nazwisko producenta oraz wykaz składników.

Nieinformowanie w oznakowaniu produktów o ich właściwościach i cechach stanowi niedopełnienie obowiązku zapewnienia zgodności oferowanych produktów z wymogami powszechnie obowiązującego polskiego i europejskiego prawa żywnościowego. Prawo to nie

przewiduje możliwości zwolnienia się z tego obowiązku i stanowi, że jego celem jest ochrona interesów konsumentów

Odnosząc się natomiast do zarzutu dotyczącego użycia na opakowaniach parówek określenia „Wiejskie pyszności”, Prezes UOKiK przychyliła się do opinii Wielkopolskiego WIIH, że oznakowanie takimi napisami parówek może wprowadzić konsumentów w błąd.

Z uwagi na nienadesłanie przez stronę, wbrew deklaracji dowodów (załączników) do wniesionego odwołania i mimo pisma z dnia 13 marca 2014 r., Prezes UOKiK nie może w pełni ustosunkować się do podniesionych kwestii. Niemniej jednak odnosząc się do przepisów cytowanych przez stronę w odwołaniu dotyczących znakowania artykułów rolno-spożywczych Prezes UOKiK, przyznaje, że stosuje się odpowiednio wymagania określone w art. 45 ust. 2, art. 46 ust. 1 pkt 1 i art. 48 ust. 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia oraz art. 16 rozporządzenia 178/2002. Różnica polega natomiast na interpretacji tych przepisów między przedsiębiorcą a organem, a konkretnie co można uznać za wprowadzanie konsumenta w błąd.

Zgodnie z przepisem art. 45 ust. 2 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia oznakowanie środka spożywczego obejmuje wszelkie informacje w postaci napisów i innych oznaczeń w tym znaki towarowe, nazwy handlowe, elementy graficzne i symbole, dotyczące środka spożywczego i umieszczone na opakowaniu, etykiecie obwolucie, ulotce, zawieszce oraz dokumentach, które są dołączone do tego środka spożywczego lub odnoszą się do niego (podkreślenia organu). Jednocześnie stosownie do przepisu art. 6 ust. 2 ustawy o jakości handlowej w związku z art. 46 ust. 1 pkt 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia oznakowanie produktu nie może wprowadzać konsumenta w błąd, m.in. charakterystyki środka spożywczego w tym np. jego rodzaju, właściwości, składu, metod wytwarzania lub produkcji, a także sugerować, że środek spożywczy posiada szczególne właściwości, jeżeli wszystkie podobne środki spożywcze posiadają takie właściwości (podkreślenia organu).

Biorąc pod uwagę powyższe przepisy należy stwierdzić, że każda informacja umieszczona w oznakowaniu produktu, tj. np.: „domowy”, „wiejski”, „śląski”, „góralski” itp. żeby nie wprowadzała konsumenta w błąd powinna być informacją uzasadnioną (podkreślenia organu). W sytuacji, kiedy nie ma przepisów, uzasadnieniem może być technologia produkcji czy składniki wiążące się z danym regionem, albo też dostawa produktu w ramach tzw. sprzedaży bezpośredniej gdyż kwalifikacja do takiej sprzedaży powoduje, że produkt został wytworzony bezpośrednio w gospodarstwie rolnym i zasługuje na miano „wiejski”.

Poprzez zastosowanie terminu „domowy”, „wiejski” konsument może spodziewać się – zwłaszcza obecnie przy bogatej ofercie produktów na rynku, że produkt został wytworzony w warunkach na jakie wskazuje nazwa czyli w domu, gospodarstwie wiejskim, w prosty sposób, a nie w drodze produkcji przemysłowej. Można oczekiwać także, że takie produkty powinny zawierać możliwie ubogi wykaz składników dodatkowych, uzupełniających.

Zakwestionowane parówki nie wyróżniały się niczym szczególnym zarówno pod względem zawartości mięsa czy też ograniczonej w stosunku do innych parówek ilością składników użytych do ich wyprodukowania, w szczególności dozwolonych substancji dodatkowych w związku z czym promowanie ich pod nazwą „Wiejskie pyszności” nie znajduje uzasadnienia, a wręcz może wprowadzać konsumenta w błąd.

W opinii Prezesa UOKiK oznakowanie parówek napisami „Wiejskie pyszności” oraz „Tradycja dojrzewa powoli” mogło wywoływać u konsumentów przeświadczenie, że zakwestionowane parówki zostały wyprodukowane bezpośrednio w gospodarstwie z własnych surowców albo przy użyciu prostych metod produkcji i w związku z tym są lepsze od pozostałych występujących na rynku.

W rozpatrywanej sprawie, przy ocenie możliwości wprowadzenia konsumenta w błąd istotne znaczenie miał również fakt, że parówki należą do kategorii towarów codziennego użytku, kupowanych rutynowo, których wyborowi nie poświęca się tak dużo czasu i uwagi, co w przypadku towarów kupowanych okazjonalnie. Okoliczności te sprawiają, że nawet właściwie poinformowany, uważny i spostrzegawczy konsument, o którym wspomina w odwołaniu strona, jest bardziej podatny na wprowadzenie w błąd i podejmowanie decyzji o zakupie na podstawie pierwszego wrażenia o produkcie.

Nawet przywołany przez stronę w uzasadnieniu odwołania od zaskarżonej decyzji przeciętny konsument, którego model został określony w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), w opinii Prezesa UOKiK, mógł zostać wprowadzony w błąd co do rodzaju oferowanego mu produktu. Zgodnie z art. 2 ust. 8 ww. ustawy, przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Niemniej jednak, w ocenie Prezesa UOKiK, nawet uważny i ostrożny konsument ma prawo do rzetelnej informacji, niewprowadzającej w błąd.

Powyższe stanowisko znajduje potwierdzenie w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (por. na przykład wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 grudnia 1991 r. w sprawie GB-Inno-BM, C-18/88, Zb. Orz. I-5941). To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. Zgodnie z orzeczeniem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego produktu już w reklamie, a klient zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży (wyrok z dnia 19 grudnia 2007 r., sygn. XVII Ama 64/07).

Ponadto należy podkreślić, że w supermarketach spożywczych Intermarche oferowana jest cała gama produktów marek własnych, w tym m.in. „Wiejskie pyszności” reklamowane

na stronach internetowych jako „Wiejskie pyszności – tradycyjnie wyrabiane wędliny, nawiązujące do kuchni staropolskiej”.

W związku z powyższym oraz nienadesłaniem przez stronę dowodów w postaci załączników do odwołania, Prezes UOKiK uznaje, że przedstawione zarzuty nie mają uzasadnionych podstaw i stanowią gołosłowną polemikę z argumentami organu pierwszej instancji zawartymi w zaskarżonej decyzji.

Odnosząc się do zarzutu strony naruszenia art. 7, 77 § 1, 11, 80 i 107 § 3 Kpa w ocenie Prezesa UOKiK, w przedmiotowej sprawie zostały podjęte wszelkie niezbędne kroki do pełnego wyjaśnienia stanu faktycznego oraz jej prawidłowego załatwienia. Akta niniejszej sprawy dokumentują ustalony stan faktyczny, jego analizę oraz końcowe wnioski organu pierwszej instancji. Z akt tych wynika, że materiał dowodowy pozwalał jednoznacznie na przyjęcie, że strona wprowadziła do obrotu produkty niezgodne z przepisami jakości handlowej ze względu na brak wymaganego przepisami oznakowania w przypadku trzech partii oraz oznakowanie wprowadzające konsumenta w błąd w przypadku jednej partii. Organ pierwszej instancji wydając zaskarżoną decyzję zebrał spójny i wyczerpujący materiał dowodowy, w sposób nie budzący wątpliwości dowodzący, że ustalony stan faktyczny daje podstawy do wymierzenia kontrolowanemu kary pieniężnej na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej. Dodać należy, że decyzja ta, wydana w oparciu o prawidłowo zebrany i rozpatrzony materiał dowodowy, zawierała uzasadnienie w szczególności w zakresie dokumentów na jakich organ oparł się wydając tę decyzję oraz jakie okoliczności uznał za udowodnione.

Najniższy możliwy wymiar kary pieniężnej, o której mowa w art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej wynosi 500 zł, natomiast najwyższy 1.000,3 zł, wyrażony jako pięciokrotność wartości korzyści majątkowej uzyskanej lub która mogłaby zostać uzyskana przez wprowadzenie do obrotu nieprawidłowo oznakowanych czterech partii wędlin o łącznej wartości 200,06 zł. W omawianym przypadku organ pierwszej instancji wymierzył karę w wysokości 800 zł czyli czterokrotność wartości korzyści majątkowej.

Zgodnie z art. 17 ust. 2 rozporządzenia 178/2002, kary za naruszenie prawa żywnościowego powinny być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

Na gruncie niniejszego postępowania administracyjnego ww. środkiem jest kara wymierzana na podstawie art. 40a ust. 1 pkt 3 ustawy o jakości handlowej, celem natomiast - ogólnie przyjęty interes konsumentów, a w szczególności zapewnienie, iż będą oni mogli nabywać towary odpowiedniej jakości handlowej, w tym prawidłowo oznakowane, co pozwoli im na dokonywanie właściwych wyborów w momencie dokonywania zakupów.

W ocenie Prezesa UOKiK, sposób ustalenia wysokości kary pieniężnej przez organ pierwszej instancji był zgodny z kryteriami zawartymi w art. 40a ust. 5 ustawy o jakości handlowej i znajdował uzasadnienie w zebranych materiałach dowodowych.

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 Poznaniu 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 Kpa organ odwoławczy wydaje decyzję, w której:

- utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję albo
- 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, albo
- umarza postępowanie odwoławcze.

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 w terminie 30 dni od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Do należności pieniężnych nie uiszczonych w terminie stosuje się przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2012 r. poz. 749 z późn. zm.).

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Małgorzata Kozak
Wiceprezes

Otrzymują:

1. „KAMPALA” Sp. z o.o.
ul. Dworcowa 7
64-200 Wolsztyn
2. Wielkopolski Wojewódzki Inspektor
Inspekcji Handlowej w Poznaniu
3. a/a