



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 30 grudnia 2021 r.

DOZIK-1.610.5.2020/OB

DECYZJA NR DOZIK 15/2021

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu (dawniej: Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą we Wrocławiu) polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw oferowanych w sklepach sieci Kaufland należących do Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu, poprzez przekazywanie konsumentom na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących kraju pochodzenia, co narusza art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1) i ust. 3 pkt 2) w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3) ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) i **nakazuje się zaniechanie jej stosowania.****
- II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4) ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) **nakłada się na Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu (dawniej: Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą we Wrocławiu) karę pieniężną w wysokości 13 284 944 zł (słownie: trzynaście milionów dwieście osiemdziesiąt cztery tysiące dziewięćset czterdzieści cztery złote) z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I sentencji decyzji, **płatną do budżetu państwa.****
- III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 i 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275) w związku z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021 r. poz. 735) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża **Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu (dawniej: Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą we Wrocławiu) kosztami niniejszego postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe**

interesy konsumentów, zobowiązując tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **39,61 zł (słownie: trzydzieści dziewięć złotych sześćdziesiąt jeden groszy)**, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W związku z sygnałami docierającymi do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu lub Prezes UOKiK) dotyczącymi nieprawidłowego oznakowania owoców i warzyw w sieciach handlowych informacją o kraju pochodzenia, Inspekcja Handlowa w I i II kwartale 2020 r. przeprowadziła kontrole w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia owoców i warzyw w miejscu ich sprzedaży konsumentom m.in. w placówkach należących do sieci handlowej Kaufland prowadzonej przez Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu (dawniej: Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą we Wrocławiu; dalej: Kaufland lub Spółka). Na podstawie zlecenia Prezesa Urzędu z dnia 10 stycznia 2019 r. (nr DIH-1.702.2.2019), zlecenia Prezesa Urzędu z dnia 12 lutego 2020 r. (nr DIH-1.704.6.2020), a także zlecenia Prezesa Urzędu z dnia 15 kwietnia 2020 r. (nr DIH-1.702.2.2020) wydanych w oparciu o art. 9 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1706; dalej: ustawa o inspekcji handlowej), kontrole przeprowadzone zostały w sklepach sieci Kaufland na terenie całego kraju przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej (dalej: również WIiH) w: Białymstoku, Bydgoszczy, Gdańsku, Gorzowie Wielkopolskim, Katowicach, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Poznaniu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie i Wrocławiu - odpowiednio do obszaru ich właściwości miejscowej.

Do kontroli wytypowano w szczególności warzywa i owoce, w stosunku do których ryzyko podania błędnego kraju pochodzenia jest największe z uwagi na ich dostawy, oprócz z Polski, z innych państw Unii Europejskiej oraz krajów pozaunijnych.

W I kwartale 2020 r. kontrolą objęto przede wszystkim ziemniaki, w szczególności deklarowane jako młode, a także paprykę, cebulę, czosnek, kapustę, pietruszkę, marchew, seler oraz jabłka. Szczególną uwagę zwrócono również na warzywa uprawiane pod osłonami, w tym głównie pomidory i ogórki. Kontrole przeprowadzone były w zakresie „widzianym oczyma konsumenta”, tj. wyłącznie w zakresie prawidłowości oznakowania warzyw (i owoców) krajem pochodzenia w miejscu ich sprzedaży konsumentom.

W II kwartale 2020 r. kontrolą objęto natomiast świeże warzywa (i owoce) podlegające normom handlowym UE oraz ziemniaki oferowane do sprzedaży jako wczesne/młode w okresie wiosennym. Do kontroli wytypowano w szczególności świeże warzywa (i owoce), w stosunku do których ryzyko błędnego podania Polski jako kraju pochodzenia jest największe z uwagi na ich dostawy, oprócz z Polski, z innych państw Unii Europejskiej, oraz krajów pozaunijnych. Przede wszystkim zwrócono uwagę na warzywa (i owoce) uprawiane pod osłonami, w tym głównie pomidory i ogórki, kapustę młodą, cebulę i paprykę.

Prezes UOKiK dokonał analizy dokumentów stanowiących wyniki kontroli przeprowadzonych w powyższym zakresie (przede wszystkim protokołów kontroli) przez Wojewódzkich

Inspektorów Inspekcji Handlowej w różnych regionach Polski. Analiza zebranych informacji z kontroli przeprowadzonych w I i II kwartale 2020 r. wykazała, że w sklepach należących do sieci handlowej Kaufland występują liczne nieprawidłowości w zakresie znakowania warzyw, które wprowadzają konsumentów w błąd co do kraju pochodzenia tych produktów.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu w dniu 14 sierpnia 2020 r. wszczął wobec Kaufland postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 275; dalej: ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów lub uokik) polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw oferowanych w sklepach sieci Kaufland należących do Spółki, poprzez przekazywanie konsumentom na wywieszkach uwidoczniowych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących kraju pochodzenia, co może naruszać art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 2070; dalej: upnpr lub ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

W toku ww. postępowania Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 14 sierpnia 2020 r. włączył do akt postępowania materiał dowodowy zgromadzony w toku kontroli przeprowadzonych w I i II kwartale 2020 r. przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia świeżych warzyw w miejscu sprzedaży konsumentom w placówkach należących do sieci handlowej Kaufland prowadzonej przez Spółkę, tj. protokoły ww. kontroli, które wykazały istnienie nieprawidłowości wskazanych w punkcie I sentencji decyzji.

Prezes UOKiK w piśmie z dnia 14 sierpnia 2020 r. zawiadomił Spółkę o wszczęciu postępowania, a także możliwości ustosunkowania się do zarzutów na podstawie art. 50 ust. 3 uokik. Ponadto wezwał Spółkę do przedstawienia określonych dokumentów i informacji w trybie art. 50 ust. 1 i 2 uokik, w tym informacji o osiągniętym obrocie.

Kaufland w pismach z dnia 11 września 2020 r. oraz 31 grudnia 2020 r. przedstawiła stosowne wyjaśnienia i dokumenty.

Zgodnie ze stanowiskiem Spółki, stawiany Kaufland zarzut jest bezzasadny, bowiem zgromadzony w sprawie materiał dowodowy nie potwierdza, żeby Spółka dopuściła się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mającej polegać na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw oferowanych do sprzedaży w sklepach należących do Spółki. Szczegółowe wyjaśnienia Kaufland w powyższym zakresie przedstawione zostaną w dalszej części uzasadnienia niniejszej decyzji.

Ponadto Prezes UOKiK działając na podstawie na podstawie art. 35 ust. 3 ustawy o inspekcji handlowej, w dniu 30 kwietnia 2021 r. zlecił Wojewódzkim Inspektorom Inspekcji Handlowej przeprowadzenie dalszych kontroli w placówkach sieci Kaufland (nr DIH-3.704.14.2021). Kontrole zostały przeprowadzone w 32 sklepach należących do sieci handlowej Kaufland zlokalizowanych na terenie całego kraju. Prezes Urzędu dokonał analizy dokumentów przedmiotowych kontroli i postanowieniem z dnia 21 października 2021 r. włączył do materiału dowodowego protokoły kontroli, które wykazały nieprawidłowości opisane w punkcie I sentencji decyzji.



Pismem z dnia 3 grudnia 2021 r. skierowano do Spółki zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości przeglądania akt i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego. Strona zapoznała się z materiałem dowodowym zgromadzonym w niniejszym postępowaniu w dniu 8 grudnia 2021 r.

Wskazać przy tym należy, że w toku postępowania - w wiadomości e-mail z dnia 11 maja 2021 r., a także w piśmie z dnia 30 czerwca 2020 r. oraz w wiadomości e-mail z dnia 9 listopada 2021 r. - Spółka wniosła o wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 uokik. Prezes Urzędu w zawiadomieniu z dnia 3 grudnia 2021 r. poinformował Spółkę, że w związku z poczynionymi w toku postępowania ustaleniami, wniosek Spółki o wydanie decyzji zobowiązującej nie zostanie uwzględniony. Szczegóły dotyczące złożonych przez Kaufland wniosków oraz uzasadnienie odmowy ich uwzględnienia zostały przedstawione w dalszej części niniejszej decyzji (s. 47-51).

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów, Prezes UOKiK ustalił, że Kaufland Polska Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000879890. Spółka prowadzi sieć sklepów Kaufland. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych. Wskazać należy, iż w piśmie z dnia 13 marca 2021 r., Spółka oświadczyła, że w dniu 26 stycznia 2021 r. doszło do przekształcenia Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą we Wrocławiu w Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j. z siedzibą we Wrocławiu.

W dniu 4 lipca 2021 r. sieć sklepów Kaufland w Polsce obejmowała 225 placówek.¹

Na podstawie materiału zebranego w niniejszym postępowaniu Prezes Urzędu ustalił, że w toku kontroli prowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej dotyczących znakowania warzyw (i owoców) w miejscu sprzedaży konsumentowi stwierdzono liczne nieprawidłowości związane z podaniem na wywieszkach towarzyszących warzywom innego kraju pochodzenia, niż wynikało to z oznakowania na opakowaniach zbiorczych lub jednostkowych bądź z dokumentów towarzyszących dostawie. Kontrole objęły różnego rodzaju warzywa (i owoce), jednak w szczególności skupiono się na produktach deklarowanych jako polskie. Na podstawie protokołów kontroli przekazanych przez WIIH Prezes UOKiK ustalił, że prawidłowość oznakowania krajem pochodzenia warzyw (i owoców) w miejscu sprzedaży konsumentowi weryfikowano w oparciu o informacje zawarte na wywieszkach umieszczonych w pobliżu poszczególnych warzyw (i owoców) w zestawieniu z danymi podanymi na etykietach umieszczonych na opakowaniach zbiorczych (w których zostały dostarczone do sklepu), nieprzeznaczonych dla konsumenta, a także danymi z opakowań jednostkowych (detalicznych). Zgodnie ze zleceniami, organy WIIH dokonywały weryfikacji oznakowania warzyw (i owoców) widzianymi „oczami konsumenta”, tj. wyłącznie w zakresie prawidłowości oznakowania świeżych warzyw (i owoców) w miejscu ich sprzedaży. Dodatkowo informacje o kraju

¹ Powyższa informacja pochodzi z portalu <https://www.money.pl/gospodarka/nie-tylko-biedronka-te-sieci-handlowe-gonia-giganta-6655880469269056a.html>.

pochodzenia były weryfikowane w oparciu o dokumenty towarzyszące dostawie (dowody dostawy), w sytuacji, gdy zachodziła wątpliwość co do danych podanych na wywieszce w miejscu sprzedaży lub na opakowaniu jednostkowym, gdy dane te były rozbieżne z danymi podanymi na etykiecie opakowania zbiorczego lub gdy brak było opakowań zbiorczych.

Wskazać należy, iż łącznie w okresie od stycznia 2020 r. do czerwca 2021 r. w toku kontroli weryfikujących prawidłowość oznakowania krajem pochodzenia warzyw (i owoców) oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi w opakowaniu jednostkowym, jak również luzem oraz na sztuki, skontrolowanych zostało **71 placówek** - spośród 225² wszystkich sklepów należących do sieci Kaufland w Polsce - w tym **21 placówek w I kwartale 2020 r.**, **18 placówek w II kwartale 2020 r.** oraz **32 placówki w II kwartale 2021 r.** Wobec powyższego ww. kontrole łącznie objęły **31,6% wszystkich sklepów należących do Spółki.**

Nieprawidłowości w związku z przekazywaniem na wywieszkach uwidoczniionych w miejscu przeznaczonym do sprzedaży warzyw nieprawdziwych informacji dotyczących kraju pochodzenia (odbiegających od informacji podanych na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym, bądź w dokumentach dostawy) stwierdzono w **27 placówkach**, tj. w **38% przypadkach wszystkich przebadanych w toku ww. kontroli sklepów sieci Kaufland**, przy czym w I kwartale 2020 r. w **9 spośród 21 skontrolowanych w tym okresie placówek (42,9% spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek)**, w II kwartale 2020 r. w **5 spośród 18 skontrolowanych w tym okresie placówek (27,8% spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek)** oraz w II kwartale 2021 r. w **14 spośród 32 skontrolowanych w tym okresie placówek (43,8% spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek)**. W odniesieniu do łącznej liczby sklepów należących do Spółki, opisane w niniejszej decyzji naruszenia stwierdzone w toku przedmiotowych kontroli WIIH dotyczyły zatem **12% wszystkich należących do sieci Kaufland placówek w Polsce (27 z 225 wszystkich sklepów sieci Kaufland w Polsce³).**

Jednocześnie w toku przedmiotowych kontroli stwierdzono **53 przypadki nieprawidłowości dotyczących wprowadzania w błąd co do kraju pochodzenia warzyw w związku z przekazywaniem na wywieszkach uwidoczniionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących państwa pochodzenia tych produktów (odbiegających od informacji podanych na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym, bądź w dokumentach dostawy) - w tym 20 przypadków w I kwartale 2020 r., 13 przypadków w II kwartale 2020 r. oraz 20 przypadków w II kwartale 2021 r.**

W toku ww. kontroli we wszystkich sklepach sieci Kaufland, w których stwierdzono nieprawidłowości, łącznie skontrolowano **215 partii warzyw**, z czego **97 partii w I kwartale 2020 r.**, **34 partie w II kwartale 2020 r.** oraz **84 partie w II kwartale 2021 r.** Wobec powyższego, w toku kontroli przedmiotowe nieprawidłowości stwierdzono łącznie w **24,7% sprawdzonych partii w 27 placówkach sieci Kaufland**, w których stwierdzono nieprawidłowości w powyższym zakresie.

W odniesieniu do warzyw deklarowanych na wywieszkach jako polskie ustalono, iż wprowadzenie w błąd w powyższym zakresie łącznie miało miejsce w przypadku **30 partii (14% partii zbadanych w placówkach**, w których stwierdzono przedmiotowe nieprawidłowości).

² Stan na dzień 4 lipca 2021 r.

³ Ibidem.

Poniżej przedstawiono wyniki kontroli przeprowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej, które wykazały nieprawidłowości w zakresie znakowania warzyw krajem pochodzenia w związku z wskazywaniem na wywieszkach im towarzyszących błędnego kraju pochodzenia (odbiegających od informacji zawartych na etykiecie dołączonej do opakowania zbiorczego lub jednostkowego, czy dokumentach towarzyszących dostawie).

Kontrole przeprowadzone w I kwartale 2020 r.

Dolnośląski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej we Wrocławiu

W ramach kontroli przeprowadzonej przez Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej we Wrocławiu w dniu 17 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Jeleniej Górze przy ul. Jana Pawła II 24 łącznie zbadano **19 partii** losowo wybranych warzyw, kwestionując **6 partii** warzyw z uwagi na nieprawidłowości związane ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży (1 partię pomidorków cherry gałązka 500g oferowanych w opakowaniu jednostkowym - na etykiecie opakowania zbiorczego: Maroko, na wywieszce: Polska; 1 partię papryki żółtej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Hiszpania; 1 partię papryki zielonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Hiszpania; 1 partię papryki szpiczastej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Albania, na wywieszce: Maroko; 1 partii czosnku oferowanego na sztuki - na opakowaniu zbiorczym: Hiszpania, na wywieszce: Polska, 1 partię cebuli żółtej - na opakowaniu zbiorczym: Holandia, na wywieszce: Polska).

Lubuski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim

Lubuski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim przeprowadził kontrolę w dniu 10 marca 2020 r. w Sklepie Kaufland w Nowej Soli przy ul. Chałubińskiego 2 sprawdzenia **7 partii** warzyw w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia oraz prezentacji w miejscu sprzedaży konsumentowi. W związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia zakwestionowano **2 partie** (1 partię papryki żółtej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Hiszpania, 1 partię cebuli czerwonej oferowanej luzem na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska).

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Warszawie

W toku kontroli przeprowadzonej przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Warszawie w dniu 20 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Ostrowi Mazowieckiej przy ul. Lubiejewskiej 65, badaniem objęto łącznie **12 partii** losowo wybranych warzyw, z czego w przypadku **1 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości dotyczące znakowania warzyw w związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży (1 partii selera

korzeń oferowanego luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Holandia).

Opolski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Opolu

W toku kontroli przeprowadzonej przez Opolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Opolu w dniu 3 marca 2020 r. w Sklepie Kaufland w Brzegu przy ul. Władysława Łokietka 24A badaniem objęto **13 partii** losowo wybranych warzyw, z czego w odniesieniu do **4 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości w związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia (1 partii brokołu 500g oferowanego na sztuki - na etykiecie opakowania jednostkowego: Włochy, na wywieszce: Hiszpania, 1 partii cebuli żółtej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Niemcy; 1 partii cebuli czerwonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska oraz 1 partii ziemniaków oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Niemcy, na wywieszce: Polska).

Podkarpacki Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Rzeszowie

Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Rzeszowie przeprowadził kontrolę jakości handlowej w zakresie oznakowania warzyw w dniu 21 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Dębicy przy ul. Rzeszowskiej 116. Dokonano sprawdzenia prawidłowości oznakowania **12 partii** warzyw, wnosząc zastrzeżenia do **2 partii** warzyw ze względu na wskazanie błędnego kraju pochodzenia (1 partii cebuli żółtej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Niemcy, na wywieszce: Polska oraz 1 partii marchwi pęczek 500g oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Włochy, na wywieszce: Polska).

Śląski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach

W toku kontroli przeprowadzonej przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach w dniu 19 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Tychach przy ul. ks. J. Tischnera 1 dokonano sprawdzenia prawidłowości znakowania **9 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi w opakowaniu jednostkowym, jak również luzem oraz na sztuki, stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **1 partii** warzyw (1 partii ziemniaków jadalnych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Wielka Brytania, na wywieszce: Polska).

Świętokrzyski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Kielcach

W toku kontroli przeprowadzonej przez Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Kielcach w dniu 3 marca 2020 r. w Sklepie Kaufland w Końskich przy ul. Lipowej 12 dokonano sprawdzenia prawidłowości znakowania **6 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi w opakowaniu jednostkowym, jak również luzem oraz na sztuki, stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **1 partii** warzyw (1 partii cebuli żółtej oferowanej luzem - w jednym przypadku na etykiecie opakowania zbiorczego: Niemcy, na wywieszce: Polska).

Wielkopolski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Poznaniu



Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Poznaniu przeprowadził kontrolę w dniu 18 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Koninie przy ul. Spółdzielców 6. Łącznie sprawdzono **9 partii** warzyw, z czego zakwestionowano **1 partię** ze względu podanie na wywieszce uwidocznionej w miejscu przeznaczonym do sprzedaży błędnego kraju pochodzenia (1 partię papryki czerwonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Polska).

Zachodniopomorski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Szczecinie

Kontrola przeprowadzona przez Zachodniopomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Szczecinie w dniu 25 lutego 2020 r. w Sklepie Kaufland w Białogardzie przy ul. Szosy Połczyńskiej 1 obejmowała zbadanie **10 partii** warzyw oferowanych do sprzedaży w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia w miejscu ich sprzedaży konsumentom. W przypadku **2 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości z uwagi na wskazanie błędnego kraju pochodzenia (1 partii ogórków gruntowych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Turcja i 1 partii kapusty włoskiej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Włochy, na wywieszce: Polska).

Kontrole przeprowadzone w II kwartale 2020 r.

Lubuski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim

Lubuski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim przeprowadził kontrolę w dniu 14 maja 2020 r. w Sklepie Kaufland w Zielonej Górze przy ul. Lwowskiej 2, w ramach której dokonał sprawdzenia **10 partii** warzyw w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia oraz prezentacji w miejscu sprzedaży konsumentowi. W związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia zakwestionowano **2 partie** warzyw (1 partię ogórków gruntowych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Hiszpania oraz 1 partię pomidorów gałązka oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Holandia).

Pomorski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Gdańsku

W ramach kontroli przeprowadzonej przez Pomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Gdańsku w dniu 7 maja 2020 r. w Sklepie Kaufland w Gdańsku przy ul. Cienistej 30 badaniem objęto **5 partii** warzyw, z czego zakwestionowano **3 partie** ze względu na wskazanie błędnego kraju pochodzenia (1 partię kapusty białej młodej oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Macedonia, na wywieszce: Polska; 1 partię papryki zielonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Holandia i 1 partię cebuli czerwonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Holandia).

Świętokrzyski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Kielcach

W toku kontroli przeprowadzonej przez Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Kielcach w dniu 12 maja 2020 r. Sklepie Kaufland w Jędrzejowie przy al. Józefa Piłsudskiego 4, dokonano sprawdzenia prawidłowości znakowania **6 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi w opakowaniu jednostkowym, jak również luzem oraz na sztuki, stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **3 partii** warzyw (1 partii cebuli oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska, 1 partii pietruszki pęczek oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska oraz 1 partii koperku pęczek oferowanego na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Polska).

Wielkopolski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Poznaniu

Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Poznaniu przeprowadził kontrolę w dniu 5 maja 2020 r. w Sklepie Kaufland w Kaliszu przy ul. Podmiejskiej 20. Łącznie sprawdzono **7 partii** warzyw, z czego zakwestionowano **4 partie** ze względu na podanie na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży błędnego kraju pochodzenia (1 partię marchwi oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska; 1 partię selera korzeń oferowanego luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Niderlandy, na wywieszce: Polska; 1 partię rzodkiewki pęczek oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Włochy oraz 1 partię ziemniaków jadalnych wczesnych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Grecja, na wywieszce: Polska).

Zachodniopomorski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Szczecinie

Kontrola przeprowadzona przez Zachodniopomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Szczecinie w dniu 13 maja 2020 r. w Sklepie Kaufland w Koszalinie przy ul. Morskiej 6 obejmowała zbadanie **6 partii** warzyw oferowanych do sprzedaży w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia w miejscu ich sprzedaży konsumentom. W przypadku **1 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości z uwagi na wskazanie błędnego kraju pochodzenia (1 partii pomidorów gałązka oferowanych na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Holandia).

Kontrole przeprowadzone w II kwartale 2021 r.

Dolnośląski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej we Wrocławiu

W ramach kontroli przeprowadzonej przez Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej we Wrocławiu w dniu 6 maja 2021 r. w Sklepie Kaufland we Wrocławiu przy ul. Długosza 74 łącznie zbadano **6 partii** losowo wybranych warzyw, kwestionując **2 partie** warzyw z uwagi na nieprawidłowości związane ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży (1 partię rzodkiewki pęczek oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego:



Polska, na wywieszce: Niemcy i 1 partię szczypiorku pęczek oferowanego na sztuki - na etykiecie opakowania jednostkowego: Włochy, na wywieszce: Polska).

Lubuski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim

Lubuski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Gorzowie Wielkopolskim przeprowadził dwie kontrole w dniu 6 maja 2021 r.: w Sklepie Kaufland w Gorzowie Wielkopolskim, przy ul. Jana Matejki 96 oraz w Sklepie Kaufland w Zielonej Górze, przy ul. Energetyków 2A, w ramach których dokonał sprawdzenia **13 partii** warzyw w zakresie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia oraz prezentacji w miejscu sprzedaży konsumentowi. W związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia zakwestionowano **3 partie** (1 partię ziemniaków wczesnych jadalnych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Grecja, na wywieszce: Hiszpania; 1 partię marchwi pęczek 500g oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Włochy, na wywieszce: Polska oraz 1 partię marchwi oferowanej luzem na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska).

Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Warszawie

W toku kontroli przeprowadzonej przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Warszawie w dniu 6 maja 2021 r. w Sklepie Kaufland w Warszawie przy ul. Birżańskiej 1, badaniem objęto łącznie **10 partii** losowo wybranych warzyw, w przypadku **2 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości dotyczące znakowania warzyw w związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży (1 partii papryki habanero 150g oferowanej w opakowaniach jednostkowych - na etykiecie opakowania jednostkowego: Maroko, na wywieszce: Hiszpania i 1 partii marchewki 500g oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Włochy, na wywieszce: Polska).

Opolski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Opolu

W ramach dwóch kontroli przeprowadzonych przez Opolskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Opolu w dniu 6 maja 2021 r.: w Sklepie Kaufland w Opolu przy ul. Budowlanych 4B i w Sklepie Kaufland w Strzelcach Opolskich przy ul. Strzelców Bytomskich 1 łącznie zbadano **14 partii** wybranych warzyw, w odniesieniu do **3 partii** warzyw stwierdzono nieprawidłowości w związku ze wskazaniem błędnego kraju pochodzenia (1 partii marchwi oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Holandia, na wywieszce: Polska, 1 partii kapusty białej młodej oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Polska, na wywieszce: Macedonia oraz 1 partii pora bio oferowanego w opakowaniach jednostkowych - na etykiecie opakowania jednostkowego: Portugalia, na wywieszce: Polska).

Podkarpacki Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Rzeszowie



Podkarpacki Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Rzeszowie przeprowadził kontrolę w zakresie oznakowania warzyw w dniu 6 maja 2021 r. w Sklepie Kaufland w Rzeszowie przy ul. Generała Leopolda Okulickiego 14A. Dokonano sprawdzenia prawidłowości oznakowania **7 partii** warzyw, wnosząc zastrzeżenia do **1 partii** warzyw ze względu na wskazanie błędnego kraju pochodzenia (1 partii kapusty białej młodej oferowanej na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Macedonia Płd., na wywieszce: Włochy).

Podlaski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Białymstoku

W toku kontroli przeprowadzonej przez Podlaskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Białymstoku w dniu 6 maja 2021 r. w Sklepie Kaufland w Bielsku Podlaskim przy ul. Piłsudskiego 27 dokonano sprawdzenia prawidłowości znakowania **6 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi, stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **2 partii** warzyw (1 partii koperku oferowanego na sztuki - na etykiecie opakowania jednostkowego: Włochy, na wywieszce: Polska; 1 partii pietruszki na sztuki - na etykiecie opakowania jednostkowego: Włochy, na wywieszce: Polska).

Śląski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach

Śląski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Katowicach przeprowadził w dniu 6 maja 2021 r. kontrolę w Sklepie Kaufland w Katowicach przy ul. Brynowskiej 1 w ramach której dokonał sprawdzenia **5 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **1 partii** warzyw (1 partii ziemniaków wczesnych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Grecja).

Świętokrzyski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Kielcach

W toku dwóch kontroli przeprowadzonych przez Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Kielcach w dniu 6 maja 2021 r. w Sklepie Kaufland w Kielcach przy ul. Generała Władysława Sikorskiego 3 i w Sklepie Kaufland w Skarżysku Kamiennej przy ul. Metalowców 1 dokonano sprawdzenia prawidłowości znakowania **11 partii** warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi, stwierdzając nieprawidłowości w przypadku **3 partii** warzyw (1 partii kapusty czerwonej oferowanej luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Niemcy, na wywieszce: Polska; 1 partii brokułów 500g oferowanych na sztuki - na etykiecie opakowania zbiorczego: Włochy, na wywieszce: Hiszpania oraz 1 partii buraków Bio 750 g oferowanych w opakowaniach jednostkowych - na etykiecie opakowania zbiorczego i jednostkowego: Polska, na wywieszce: Afganistan).

Wielkopolski Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Poznaniu

Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Poznaniu przeprowadził dwie kontrole w Poznaniu w dniu 6 maja 2021 r.: w Sklepie Kaufland przy ul. Opieńskiego 1 i w Sklepie Kaufland przy ul. Młyńskiej 7. Łącznie sprawdzono **11 partii** warzyw, z czego zakwestionowano **3 partie** warzyw ze względu podanie na wywieszkach uwidocznionych

w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży podano błędnego kraju pochodzenia (1 partię pomidorów rzymskich mix oferowanych luzem - na dokumentach towarzyszących lub fakturze (brak informacji o kraju pochodzenia na opakowaniu zbiorczym): Hiszpania, na wywieszce: Maroko; 1 partię marchwi oferowanej luzem - na dokumentach towarzyszących lub fakturze (brak informacji o kraju pochodzenia na opakowaniu zbiorczym): Holandia, na wywieszce: Polska oraz 1 partię ziemniaków wczesnych jadalnych oferowanych luzem - na etykiecie opakowania zbiorczego: Hiszpania, na wywieszce: Polska).

Mając na uwadze powyższe, na podstawie informacji pochodzących od Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej na temat wyników kontroli przeprowadzonych przez te organy, Prezes UOKiK ustalił, iż w sklepach sieci Kaufland występują liczne nieprawidłowości związane z przekazywaniem nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw oferowanych do sprzedaży w sieci sklepów należących do Spółki.

W toku prowadzonego postępowania Prezes UOKiK ustalił, że warzywa przeznaczone do sprzedaży w sieci handlowej Kaufland oferowane są na specjalnych stoiskach warzywnych, wystawiane w oryginalnych opakowaniach transportowych, w których zostały dostarczone do sklepu - w skrzynkach lub pudłach kartonowych. Warzywa nieopakowane sprzedawane są luzem na wagę lub na sztuki, zaś opakowane sprzedawane są w opakowaniach jednostkowych.

System oznaczania warzyw (i owoców) funkcjonujący w Kaufland w toku prowadzonych kontroli w I i II kwartale 2020 r.

W toku postępowania Spółka wyjaśniła, że w bieżącej działalności przestrzega obowiązujących wymogów prawnych dotyczących informacji umieszczanych na produktach oferowanych konsumentom, w tym informacji o kraju pochodzenia warzyw (i owoców). Kaufland wskazała, że podejmuje także działania, których celem jest przekazanie pracownikom Spółki jasnych i przejrzystych informacji cyt. „*odnośnie do obowiązków związanych z oznakowaniem produktów*”. Kaufland oświadczyła, że w ww. zakresie przyjęła i wdrożyła procedury i polityki, które precyzyjnie określają, w jaki sposób poszczególne informacje mają być umieszczane przy produktach dostępnych w sklepach sieci Kaufland.

Model ochrony praw konsumentów obowiązujący w sieci Kaufland - Standardy i procedury informowania konsumentów o produktach

W swoim piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Kaufland wyjaśniła, że stosuje ścisłe procedury i wytyczne, których celem jest dochowanie ustawowych wymogów dotyczących przekazywania konsumentom informacji o produktach, które mogą nabyć w sklepach Kaufland. Przestrzeganie tych procedur jest obowiązkiem pracowników Spółki wykonujących pracę w sklepach Kaufland.

Spółka oświadczyła, że kluczowym elementem jest scentralizowany system informacji o produktach oferowanych w sklepach Kaufland (w tym o kraju ich pochodzenia). Elementy składające się na kompletny model ochrony praw konsumentów obowiązujący i stosowany w praktyce w sieci Kaufland zostały szczegółowo omówione poniżej.

W piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Kaufland wyjaśniła, że ze względu na skalę działalności Spółki, w celu zapewnienia poprawności oraz transparentności informacji przekazywanych konsumentom, wdrożyła i stosuje w codziennej praktyce system procedur i wytycznych mających zagwarantować prawidłowość informacji przekazywanych konsumentom o produktach. Spółka wyjaśniła, że we wszystkich sklepach należących do sieci Kaufland na terenie Polski stosuje elektroniczne etykiety cenowe dla warzyw (i owoców). Spółka wyjaśniła przy tym, że w celu zachowania standardów ochrony praw konsumentów, w tym ich prawa do informacji o cechach produktów (takich jak kraj ich pochodzenia) Kaufland stosuje zaawansowane systemy agregujące informacje o produktach i odpowiadające za ich prezentację na elektronicznych etykietach cenowych.

Jednym z najważniejszych dokumentów obowiązujących w Kaufland jest [***]. Powyższy dokument zawiera instrukcje dotyczące prezentowania najważniejszych informacji o produktach na stosowanych przez Spółkę elektronicznych etykietach cenowych. Spółka oświadczyła, iż w przedmiotowym dokumencie szczególny nacisk położono na cyt. *„zgodność prezentowanych na etykietach informacji ze stanem faktycznym, ale również na jednoznaczność przyporządkowania etykiet do produktów jak i ich umiejscowienie”*. Zgodnie z procedurami stosowanymi w Kaufland, rozmiar etykiet cenowych powinien być tak duży jak pozwala na to ekspozycja produktów w celu zapewnienia widoczności tych etykiet oraz łatwej identyfikacji przez klientów umieszczonych na nich informacji.

Oddzielny rozdział ww. przewodnika po oznaczeniach cenowych poświęcony jest oznaczeniom owoców i warzyw, które - jak wskazała Spółka - są traktowane przez Kaufland ze szczególną starannością ze względu na konieczność przekazania klientom dodatkowych informacji m.in. dotyczących kraju pochodzenia tych produktów. W przewodniku wskazuje się również na konieczność jasnego przedstawienia konsumentom informacji dotyczących kraju pochodzenia produktów między innymi poprzez wyświetlanie wyłącznie jednego kraju na etykiecie cenowej oraz szczegółowe wytyczne dotyczące oznaczania niektórych produktów flagą państwa pochodzenia (zgodnie z obowiązującymi przepisami).

Spółka oświadczyła także, że po przeprowadzeniu kontroli przez Inspekcję Handlową w I i II kwartale 2020 r., prawidłowość działań pracowników Kaufland w zakresie oznaczania produktów zaczęła być również poddawana dodatkowym wewnętrznym kontrolom. Kaufland wyjaśniła, że zgodnie z wytycznymi dla pracowników, po wymianie i kontroli etykiet cenowych wyznaczony przez managera marketu imiennie pracownik codziennie dokonuje weryfikacji 100% oznaczeń na etykietach cenowych wystawionych do sprzedaży warzyw (i owoców) w kwestii ich zgodności ze stanem faktycznym. Ponadto, Kaufland oświadczyła, że celem eliminacji jednostkowych niedopatrzeń, wdrożyła szczególne środki ostrożności w postaci dodatkowej weryfikacji oznaczeń 20 losowo wybranych warzyw (i owoców). W pierwszej kolejności wyżej wymieniona dodatkowa kontrola jest przeprowadzana każdego dnia przez managera marketu. Kolejne etapy kontroli przeprowadzane są odpowiednio przez [***]. W razie wykrycia jakichkolwiek nieprawidłowości w toku wskazanych powyżej wewnętrznych kontroli, przeprowadzający kontrolę zleca korektę etykiet.

Spółka wyjaśniła ponadto, że poza ww. procedurami pracownicy Kaufland zobowiązani są do weryfikacji faktycznego kraju pochodzenia warzyw (i owoców) na miejscu, w danym sklepie sieci Kaufland.



Scentralizowany system informacji o produktach oferowanych w sklepach (w tym o kraju pochodzenia)

W piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Kaufland wyjaśniła, że w celu zminimalizowania ryzyka nieścisłości co do oznaczenia kraju pochodzenia warzyw (i owoców) dostępnych w sklepach sieci Kaufland, w 2018 r. Spółka wprowadziła scentralizowany system informowania o cechach i właściwościach produktów oferowanych w jej placówkach. Zgodnie z oświadczeniem Kaufland system ten pozwala na przekazywanie wszystkich wymaganych przepisami informacji dotyczących nie tylko konkretnych produktów, ale też ich pojedynczych partii.

Częścią ww. scentralizowanego systemu są elektroniczne etykiety cenowe dla warzyw (i owoców) zawierające podstawowe informacje o oferowanych produktach. Spółka wskazała, że w praktyce rozwiązanie to przekłada się na automatyczną aktualizację informacji wyświetlanych na etykiecie cenowej, w zależności od partii produktu wystawionej na hali sprzedaży w sklepie. Spółka wyjaśniła, że dzięki zastosowaniu scentralizowanego systemu, zminimalizowane zostało ryzyko niedopatrzeń dotyczących informacji prezentowanych na etykietach cenowych produktów - co mogłoby zachodzić w przypadkach przeoczenia konieczności modyfikacji etykiety w związku ze zmianą asortymentu oferowanego do sprzedaży w sklepach sieci Kaufland. Nowa partia produktu, która wystawiana jest do sprzedaży, skanowana jest przy użyciu połączonego z systemem skanera ręcznego, a dane dotyczące między innymi kraju pochodzenia oraz klasy danej partii, automatycznie wyświetlane są na elektronicznej etykiecie cenowej.

W ocenie Kaufland, wprowadzenie do wszystkich sklepów sieci Kaufland w Polsce przedmiotowego systemu wraz z elektronicznymi etykietami cenowymi dla warzyw (i owoców) potwierdza stosowanie przez Spółkę najwyższych standardów ochrony oraz dbałości o prawa konsumentów do bycia należycie poinformowanymi o produktach dostępnych w sklepach sieci Kaufland. Spółka oświadczyła, że stosowane przez Kaufland rozwiązanie jest jednym z najbardziej zaawansowanych technologicznie systemów informowania o cechach produktów (w tym o ich pochodzeniu geograficznym) stosowanych przez sieci supermarketów oraz hipermarketów w Polsce. Wprowadzenie ww. systemu pozwoliło na marginalizację niedopatrzeń co do prawidłowego oznaczenia produktów wynikających z błędów ludzkich.

Spółka wyjaśniła ponadto, że scentralizowany system informowania o produktach jest cały czas udoskonalany przy uwzględnieniu uwag i obserwacji pracowników sklepów. Jednocześnie Kaufland wskazała, że jednym z elementów wymagających dopracowania jest możliwość ręcznej zmiany przez pracownika sklepu cech przypisanych automatycznie (czyli centralnie) do danej partii produktów. Spółka wskazała, że powyższa funkcjonalność systemu jest niezbędna dla wyeliminowania chociażby błędów lub awarii systemu, czego nie da się w 100% wykluczyć, nawet w przypadku najbardziej zaawansowanych rozwiązań informatycznych. Niemniej, w przypadku dokonania ręcznej zmiany informacji o dostępnym produkcie, w gestii pracownika danego sklepu pozostaje przywrócenie na elektronicznej etykiecie cenowej danych zaciąganych z centralnego systemu. W praktyce, niedopatrzenie pracownika polegające na [***], może prowadzić do rozbieżności informacji prezentowanych na etykiecie cenowej z informacjami na opakowaniu zbiorczym produktu. Kaufland wyjaśniła przy tym, iż obecnie poszukuje dalszych usprawnień systemu, które pozwolą na wyeliminowanie tego rodzaju sytuacji.



W ocenie Kaufland, Spółka dokłada najwyższej staranności zarówno w zakresie ochrony praw konsumentów poprzez dbałość o przedstawianie prawidłowych informacji o oferowanych produktach, jak również poprzez działania podejmowane w celu właściwego i przejrzystego oznaczania krajów ich pochodzenia. Zdaniem Kaufland potwierdzają to protokoły z kontroli przeprowadzanych przez Inspekcję Handlową w I i II kwartale 2020 r. w sklepach sieci Kaufland, które w ocenie Spółki wskazują na cyt. „*marginalny odsetek niedopatrzeń w skali wszystkich warzyw oferowanych w tych sklepach*”. Pojedyncze przypadki stwierdzonych rozbieżności w ocenie Spółki spowodowane mogły zostać niedopatrzaniem ludzkim, które niezwłocznie po ich identyfikacji są usuwane celem zachowania zgodności oznaczeń produktów. Zdaniem Kaufland, działania podejmowane przez Spółkę przewidują wyższy standard oznaczania produktów, aniżeli spotykany na rynku wśród innych sieci, które informują o pochodzeniu geograficznym produktów na ich opakowaniach zbiorczych.

Miejsce umieszczenia informacji o kraju pochodzenia produktów („cenówka” a nie opakowanie)

Na elektronicznych etykietach cenowych prezentowane są informacje o produkcie, łącznie z informacją o kraju pochodzenia danego produktu. Jak wskazała Spółka, taki sposób przekazywania informacji konsumentom zapewnia przejrzystość oraz łatwy dostęp konsumentów do informacji o cechach produktów oferowanych w sklepach Kaufland.

Kaufland wyjaśniła przy tym, że według jej wiedzy, na rynku stosowana jest praktyka polegająca na zamieszczaniu informacji o klasie produktu oraz kraju jego pochodzenia wyłącznie na opakowaniu zbiorczym produktu, a co za tym idzie, w miejscu o wiele mniej dostępnym dla konsumentów aniżeli etykieta cenowa. Z perspektywy konsumenta poszukującego ww. informacji o produkcie może to wiązać się z koniecznością przestawienia opakowania zbiorczego, gdy przedmiotowe informacje umieszczone są w innym miejscu aniżeli widoczny dla konsumenta front opakowania. W praktyce może to uniemożliwiać, a na pewno utrudniać, konsumentom pozyskanie informacji o produktach, którymi są zainteresowani. W ocenie Kaufland rozwiązania stosowane przez Spółkę wychodzą naprzeciw konsumentom i ich prawu do bycia należycie poinformowanym. Spółka wskazała, że w sklepach sieci Kaufland informacje o cechach produktów umieszczone są w widocznym miejscu (tj. na elektronicznej etykiecie cenowej umieszczanej na wywieszce), a dostęp do nich nie wymaga żadnych dodatkowych działań ze strony konsumenta.

Spółka zwróciła również uwagę, że wdrożony przez Kaufland sposób informowania konsumentów, ze względu na konieczność przeniesienia informacji z opakowania zbiorczego produktu na elektroniczną etykietę cenową w celu zapewnienia większej dostępności tych informacji dla konsumentów, zwiększa poziom ryzyka wystąpienia niezamierzonego błędu ludzkiego powodującego nieprawidłowości, co do poprawności zamieszczanych danych. Jak wskazała Spółka, umieszczanie informacji poza opakowaniem zbiorczym produktu implikuje ryzyko powstania wielu przypadków, w których może dojść do niezgodności informacji umieszczonej na etykiecie cenowej z informacją zamieszczoną na opakowaniu zbiorczym.

Spółka wskazała, że stosowane przez Kaufland rozwiązania nie są powszechne na rynku, innowacyjność wdrożonego przez Kaufland systemu nie jest w stanie jednak - w ocenie Spółki - wyeliminować (tak jak w przypadku wszystkich innych rozwiązań) incydentalnych niedociągnięć. Kaufland oświadczyła przy tym, że stale poszukuje dalszych usprawnień



systemu, które pozwolą na wyeliminowanie tego rodzaju sytuacji. Spółka dokonała weryfikacji historycznych danych zapisanych w systemie, z których jednoznacznie wynika, że w przypadku każdego z produktów zakwestionowanych przez Inspekcję Handlową, pracownik danego marketu dokonał ręcznej zmiany kraju jego pochodzenia na etykiecie cenowej i nie przywrócił następnie domyślnego systemu wyświetlania na etykiecie cenowej danych pochodzących z systemu. W związku z tym, prezentowane na etykiecie dane nie były zgodne z informacjami zapisanymi w systemie centralnym.

Spółka wskazuje przy tym, że dokonanie ręcznej zmiany było konieczne ze względu na wcześniej stwierdzone podczas wykładania produktu na hali sprzedaży inne pochodzenie danej partii. Kaufland oświadczyła, że z uwagi na skalę swojej działalności oraz szeroką ofertę warzyw (i owoców), kontraktuje z dostawcami zarówno z Polski jak i z innych państw. W przypadku niektórych produktów zamawiane są one zazwyczaj od polskich dostawców, jednak, jak wskazuje Spółka, w razie braku danego produktu na rynku krajowym, Kaufland posiłkuje się dostawami produktów z zagranicy. W skrajnych przypadkach może to spowodować, że w różnych sklepach sieci Kaufland, działających w różnych regionach kraju, oferta warzyw (i owoców) może cechować się pewnymi różnicami, również w zakresie kraju ich pochodzenia. Dane te w jednostkowych przypadkach nie zostają prawidłowo ujęte w systemie, co prostowane jest przez pracowników właśnie poprzez ręczną zmianę prezentowanej na etykiecie cenowej informacji odnośnie kraju pochodzenia produktu.

Zgodnie w przedstawionymi powyżej wyjaśnieniami, w przypadku ręcznej zmiany kraju pochodzenia produktu na etykiecie cenowej przez pracownika sklepu, [***]. W praktyce oznacza to, iż w przypadku zmiany partii towaru oferowanej w sklepie, pracownik powinien [***].

W piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Spółka oświadczyła, że w przypadku zakwestionowanych przez Inspekcję Handlową w toku kontroli przeprowadzonych w I i II kwartale 2020 r. produktów - co zostało potwierdzone w wewnętrznym procesie kontroli - **pracownicy Spółki najprawdopodobniej przeoczyli [***]**. Spółka wskazała przy tym, iż ten prawdopodobny cyt. „wypadek przy pracy” miał charakter całkowicie incydentalny (na co miałyby wskazywać wyniki kontroli przeprowadzonych przez WIIH) i oświadczyła, że w związku z jego identyfikacją, prowadzone są prace nad możliwością eliminacji wystąpienia tego typu sytuacji w przyszłości. Kaufland wskazała, że podjęta wszelkie możliwe działania celem zapewnienia prawidłowości informacji przekazywanych sklepom odnośnie do kraju pochodzenia produktów (dane te znajdowały się w systemie centralnym). Fakt, że informacje te nie znalazły odzwierciedlenia na etykietach cenowych cyt. „w wybranych 14 placówkach” nie był zatem w ocenie Spółki zawinieniem po stronie Kaufland, ale najprawdopodobniej wynikiem niezawinionego przeoczenia po stronie wybranych pracowników.

Marginalna, w ocenie Spółki, skala naruszeń stwierdzonych w toku kontroli przeprowadzonych przez WIIH oraz skarg konsumenckich wpływające do Kaufland w związku z nieprawidłowym oznaczeniem produktów

Kaufland powołując się na wyniki kontroli przeprowadzonych przez WIIH w I i II kwartale 2020 r., przedstawione w opublikowanym w czerwcu 2020 r. na stronie UOKiK raporcie pn.



„KONTROLA JAKOŚCI HANDLOWEJ ŚWIEŻYCH OWOCÓW I WARZYW ORAZ ZIEMNIAKÓW, W SZCZEGÓLNOŚCI Z UWZGLĘDNIENIEM OZNAKOWANIA KRAJEM POCHODZENIA POLSKA”⁴ wskazała, że w jej ocenie cyt. „pomimo zwiększonego ryzyka spowodowanego stosowaniem przez Kaufland wysokiego standardu ochrony praw konsumentów, wyniki kontroli przeprowadzonej przez Inspekcję Handlową w różnych sieciach sprzedaży detalicznej nie wykazały, aby liczba nieprawidłowości zidentyfikowanych przez Inspekcję w sklepach Spółki była znacząco wyższa aniżeli w przypadku innych sieci. Przeciwnie, pomimo poddania kontroli 71 partii warzyw i owoców (piąty wynik pod względem liczby skontrolowanych partii) w 11 sklepach Spółki (czwarty wynik pod względem liczby skontrolowanych sklepów), liczba zidentyfikowanych przez Inspekcję Handlową niedopatrzeń w placówkach Kaufland była na dużo niższym poziomie aniżeli w sklepach innych sieci detalicznych, nawet mimo zwiększonego ryzyka ich wystąpienia opisanego powyżej.” Wobec powyższego, w ocenie Kaufland zasadne jest oczekiwanie, iż Spółka nie powinna ponosić ewentualnych negatywnych konsekwencji stosowania cyt. „de facto wyższych standardów ochrony praw konsumentów i stosowania rozwiązań, które wykraczają poza ustawowo określone minimum obowiązków informacyjnych”.

W odniesieniu do wyników przeprowadzonych kontroli WIIH w I i II kwartale 2020 r. i stwierdzonych w ich toku nieprawidłowości w zakresie oznakowania krajem pochodzenia warzyw dostępnych w sieci sklepów Kaufland Spółka wskazała, że sformułowany wobec Spółki zarzut oparty został na zidentyfikowanych cyt. „30 nieprawidłowościach co do oznaczenia krajów pochodzenia warzyw w 14 sklepach Kaufland”. W tym kontekście Spółka wskazała, że asortyment Kaufland w ostatnim roku obrotowym obejmował około [***] produktów, z czego około [***] stanowiły owoce, a [***] warzywa, wyjaśniając przy tym, że dokładna liczba owoców oraz warzyw oferowanych w danym sklepie zależy jest od sezonu oraz popytu na obszarze działania danego sklepu. W ocenie Kaufland wartości te obrazują marginalny charakter zidentyfikowanych nieprawidłowości. Zestawienie powyższych danych prowadzi do wniosku, że stwierdzone przez organy Inspekcji Handlowej przypadki nieprawidłowości w sklepach Spółki dotyczą jedynie [***] wszystkich kategorii owoców i warzyw i zaledwie [***] partii warzyw z asortymentu Spółki.

W ocenie Kaufland ww. wyniki kontroli przeprowadzonych w I i II kwartale 2020 r. są niereprezentatywne i nie uprawniają do wniosku o powszechności zidentyfikowanych nieprawidłowości w skali sieci. Spółka wskazała, że w toku przeprowadzonych zakresem kontroli objęte zostało mniej niż [***] partii warzyw znajdujących się w asortymencie kontrolowanych sklepów Kaufland w ostatnim roku obrotowym. Do analogicznych wniosków zdaniem Kaufland prowadzi relacja liczby sklepów, w których przeprowadzona została kontrola przez Inspekcję Handlową (14 placówek) w łącznej liczbie sklepów należących do Spółki (225). Zestawienie tych dwóch liczb wskazuje, że kontrola objęta zaledwie [***] wszystkich sklepów Kaufland, co w ocenie Spółki nie uzasadnia wysnuwania wniosków dotyczących braku poprawności oznaczenia geograficznego pochodzenia warzyw w skali całej sieci sklepów Kaufland.

W kontekście przedstawionych powyżej informacji zdaniem Spółki zasadny jest wniosek, że wyniki kontroli obejmujące mniej niż [***] warzyw z asortymentu Kaufland, z których zaledwie [***] okazało się nieprawidłowo oznaczonych, wskazują jedynie na nieumyślne i jednostkowe niedopatrzeń po stronie personelu, których w praktyce nie sposób

⁴ Raport dostępny na stronie: https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=16586.

całkowicie wyeliminować mając na uwadze skalę działalności Spółki oraz liczbę produktów w kategorii warzywa oferowanych konsumentom.

Jako uzasadnienie dla powyższych wniosków Kaufland wskazała również na brak stwierdzonych przez Inspekcję Handlową w toku kontroli w I i II kwartale 2020 r. nieprawidłowości w oznaczeniu pochodzenia geograficznego owoców. Zdaniem Spółki wyniki przeprowadzonych kontroli w zakresie weryfikowanych partii owoców potwierdzają rzetelność, z jaką Spółka traktuje ciężące na niej obowiązki w zakresie przedstawienia prawidłowych informacji o cechach produktów oferowanych w jej sklepach, w tym o krajach ich pochodzenia. Działalność całej sieci Kaufland nie może być tym samym w ocenie Spółki oceniana przez pryzmat cyt. „*incydentalnych przypadków dotyczących oznaczenia krajów pochodzenia warzyw w 14 wybranych sklepach*”. Zidentyfikowane przez Inspekcję Handlową przypadki nie są wystarczające, aby stanowić podstawę do twierdzeń o powtarzających się w sieci Kaufland przypadkach nieprawidłowości polegających na wprowadzaniu konsumentów w błąd.

Z wyjaśnień Kaufland wynika, że do dnia 11 września 2020 r. do Spółki wpłynęło [***] konsumentów dotyczących nieprawidłowości związanych z podaniem na wywieszkach towarzyszących warzywom innego kraju pochodzenia, niż wynikało to z oznakowania na opakowaniach zbiorczych lub jednostkowych. W ocenie Kaufland liczba skarg konsumenckich dotyczących nieprawidłowości w oznaczaniu warzyw, jest w zasadzie pomijalna w kontekście skali działalności prowadzonej przez Spółkę. Kaufland oświadczyła, że podchodzi z należytą powagą i w każdym przypadku podejmuje odpowiednie działania systemowe mające na celu weryfikację i eliminację potwierdzonych nieprawidłowości w najszybszym możliwym terminie. Częścią tego systemowego rozwiązania są daleko idące procedury zapewniające prawidłowe oznakowanie produktów, w szczególności warzyw i owoców pod kątem kraju ich pochodzenia.

Kaufland oświadczyła, że w jej ocenie konsumenci podczas codziennych zakupów w sklepach sieci Kaufland posiadają o wiele lepszą możliwość weryfikacji przedmiotowych oznaczeń, aniżeli Inspekcja Handlowa, na której kontrolach opiera się Prezes UOKiK. W okresie od 1 września 2019 roku do 1 września 2020 roku konsumenci dokonali w sieci Kaufland [***] we wszystkich 225 sklepach należących do Spółki. Aż [***] z tych transakcji obejmowało owoce lub warzywa, co stanowi ponad [***] wszystkich transakcji z tego okresu.

Na podstawie powyższych danych z kontroli WIIH, które objęły wyłącznie około [***] sklepów Kaufland oraz [***] oferowanych w nich warzyw Kaufland stwierdziła - biorąc pod uwagę zbliżone okresy referencyjne złożonych skarg oraz kontroli prowadzonej przez Inspekcję Handlową - że konsumenci wskazali nieprawidłowości w zakresie oznaczenia pochodzenia geograficznego warzyw wyłącznie w przypadku [***] wszystkich transakcji obejmujących zakup m.in. owoców lub warzyw. Tak niski odsetek zgłaszanych skarg wskazuje na wysoki poziom wypełniania przez Kaufland obowiązków informacyjnych wobec klientów.

Procedury obowiązujące w Kaufland oraz działania podejmowane w związku z wpływającymi skargami

W piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Kaufland wyjaśniła, że każda wpływająca do Spółki skarga konsumenta jest szczegółowo weryfikowana, a sklepy, których dotyczą zgłaszane



nieprawidłowości, zobowiązane są do natychmiastowego ich usunięcia (jeśli skarga konsumenta potwierdzi się). W przypadku gdy to możliwe, do konsumenta wystosowywane są przeprosiny za zaistniałą sytuację.

Spółka oświadczyła, przy tym, że wszelkie zgłaszane przez konsumentów nieprawidłowości, godzą w politykę Spółki, przewidującą zachowanie najwyższego standardu ochrony praw konsumentów. Z tego też powodu, zgodnie z obowiązującą w Kaufland procedurą, każde zgłoszenie dokonane przez konsumenta podlega szczegółowej weryfikacji celem eliminacji podobnych sytuacji w przyszłości. Kaufland wyjaśniła, że dział właściwy dla rozpatrywania reklamacji każdorazowo kontaktuje się z managerem marketu, w którym doszło do opisywanej przez konsumenta sytuacji, w celu przekazania informacji o wpływie zgłoszenia, opisanych w nim okoliczności oraz zobowiązania managera sklepu do natychmiastowej weryfikacji i interwencji w przypadku potwierdzenia się zgłoszenia, celem doprowadzenia prezentowanych na etykiecie cenowej informacji do stanu zgodnego ze stanem faktycznym.

Kaufland wskazała, że marginalne, a wręcz pomijalne przypadki nieprawidłowości, których źródłem nie są rozwiązania systemowe, ale niedopatrzenia wynikające z czynników ludzkich, są natychmiastowo wyjaśniane i usuwane.

Udział polskich warzyw w asortymencie Kaufland

Spółka w piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. wyjaśniła, że ramach międzynarodowej działalności sieci, Kaufland przykłada dużą wagę do kontraktowania z lokalnymi dostawcami, którzy zapewniają w sklepach Spółki dostępność produktów pochodzenia krajowego. Polityka ta dotyczy także dostawców warzyw (i owoców), którzy w miarę możliwości oraz dostępności produktów na danym rynku są istotnymi kontrahentami Kaufland. Na takie podejście Spółki wskazuje sam udział polskich warzyw (i owoców) kupowanych przez Kaufland w całkowitych zakupach tych dwóch grup produktowych. Kaufland oświadczyła także, że działalność Spółki przyczynia się także do promocji polskich produktów w sklepach sieci Kaufland poza granicami Polski, w których dostępne są produkty dostarczane przez polskich producentów.

Kaufland wyjaśniła przy tym, że warzywa (i owoce) pochodzące z Polski traktowane są przez Spółkę priorytetowo, przez co Kaufland wspiera rodzimych dostawców. Spółka wskazała, że nie w każdym przypadku możliwy jest zakup warzyw (lub owoców) od lokalnych dostawców, co spowodowane jest z jednej strony warunkami klimatycznymi i brakiem dostępności pewnych produktów pochodzących z Polski lub ich dostępnością wyłącznie w określonym sezonie, a z drugiej strony podażą produktów na danym rynku. W przypadku braku dostępności określonych produktów od polskich dostawców, Kaufland wyjaśniła, że dokonuje ich zakupu z innych źródeł, kierując się przy tym kryterium ceny i możliwie krótką drogą ich dostawy do sklepów.

Spółka wyjaśniła ponadto, że w przypadku produktów świeżych, takich jak warzywa i owoce, udział produktów polskiego pochodzenia w asortymencie owoców i warzyw oferowanych przez Spółkę wynosi między [***]. Udział ten uzależniony jest od sezonu oraz dostępności danego produktu na rynku. W 2019 roku warzywa i owoce dostarczane były do sklepów sieci Kaufland przez [***] różnych dostawców, z których aż [***] (ponad [***]) było dostawcami polskimi, a jedynie [***] (mniej niż [***]) zagranicznymi.



Niezależnie od przedstawionych w toku postępowania wyjaśnień w kwestii środków zaradczych, mających na celu zapobieganie powstawaniu w przyszłości nieściśności co do oznaczania pochodzenia geograficznego warzyw, w piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Kaufland oświadczyła, że rozważa przedstawienie Prezesowi UOKiK zobowiązań, które jeszcze bardziej zmarginalizują niedopatrzona w zakresie informacji o kraju pochodzenia warzyw oferowanych w sklepach Spółki.

Wskazać należy, iż w toku niniejszego postępowania, Spółka przedstawiła wniosek o wydanie decyzji w oparciu o przepisy art. 28 uokik w wiadomości e-mail z dnia 11 maja 2021 r., oraz w piśmie z dnia 30 czerwca 2021 r., a następnie zmodyfikowała przedmiotową propozycję zobowiązania w wiadomości e-mail z dnia 9 listopada 2021 r. W propozycjach zobowiązania przedstawionego przez Kaufland Spółka zadeklarowała m.in. że przez okres co najmniej 18 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK będzie utrzymywać w każdym sklepie Kaufland obowiązkową, codzienną kontrolę prawidłowości informacji o geograficznym pochodzeniu warzyw i owoców, polegającą na weryfikacji zgodności informacji zamieszczonej na etykiecie cenowej produktu dotyczącej kraju jego pochodzenia z rzeczywistym krajem pochodzenia produktów umieszczonym na opakowaniu zbiorczym produktu. Ponadto Kaufland zadeklarowała, że w ww. okresie, każdego dnia, w każdym markecie Spółki, manager danego marketu Spółki, przeprowadzi dodatkową kontrolę 20 losowo wybranych warzyw i owoców pod kątem prawidłowości oznaczenia tych produktów w zakresie ich geograficznego pochodzenia. Dodatkowo, Kaufland przewidywała, iż w przypadku każdorazowego uzupełnienia towarów, pracownik odpowiedzialny za tą czynność będzie zobowiązany do kontroli zgodności informacji o pochodzeniu geograficznym produktu zawartej na opakowaniu dokładanego towaru z informacjami zamieszczonymi na etykiecie cenowej.

Prezes Urzędu ustalił, że w roku obrotowym 2020/2021⁵ Spółka osiągnęła obrót w kwocie 11.070.787.000,00 zł (słownie: jedenaście miliardów siedemdziesiąt milionów siedemset osiemdziesiąt siedem tysięcy złotych).

Mając na względzie powyższe ustalenia faktyczne, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Naruszenie interesu publicznego

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publiczny.

Stosownie do przepisu art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Prezes UOKiK podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty

⁵ Obejmujący okres od dnia 1 marca 2020 r. do dnia 28 lutego 2021 r.; wskazać należy, iż w toku postępowania Kaufland wyjaśniła, że rok obrotowy Spółki nie pokrywa się z rokiem kalendarzowym i obejmuje okres od 1 marca danego roku do 28 lub 29 lutego roku następnego.

każdy konsument w analogicznych okolicznościach⁶. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Podejmując więc działania określone w przywołanej ustawie, organ ochrony konkurencji występuje w funkcji rzecznika interesu publicznego⁷. Z przywołanej klauzuli generalnej wynika zatem, iż Prezes UOKiK podejmuje działania jedynie wtedy, gdy w następstwie działań naruszających ustawę zagrożony lub naruszony został interes publiczny.

Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku - a nie jedynie ściśle określonej ich grupy - zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy byli lub mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółkę w każdym sklepie sieci Kaufland w różnych regionach Polski. Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, w ok 225 sklepów sieci Kaufland, a zatem działania mogły dotyczyć nieokreślonej liczby konsumentów.

Wskazać należy, że oferta asortymentowa Kaufland jest skierowana do wszystkich potencjalnych konsumentów, w tym klientów stałych, robiących tam regularnie zakupy, jak i klientów okazjonalnych. Sklepy należące do sieci Kaufland znajdują się natomiast w różnych regionach kraju na terenie całej Polski. Zauważyć przy tym należy, iż zarówno wyniki kontroli przeprowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej, jak i skarg konsumentów kierowanych do Spółki wskazują, że nieprawidłowości w powyższym zakresie występują w sklepach sieci Kaufland zlokalizowanych w różnych regionach Polski. Wobec powyższego, zakwestionowane działania Spółki, wynikające z nieprawidłowości o charakterze systemowym naruszają zbiorowe interesy konsumentów, a więc interesy konsumentów jako zbiorowości stanowiącej nieokreśloną i nieograniczoną grupę podmiotów, których nie da się zidentyfikować - wszystkich aktualnych i potencjalnych klientów przedsiębiorcy.

Wobec powyższego, Prezes UOKiK uznał, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie interesu publicznego, a więc możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W świetle przepisu art. 24 ust. 2 uokik, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, m. in. nieuczciwe praktyki rynkowe (pkt 3). Zgodnie z art. 24 ust. 3 uokik zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów.

⁶ Por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

⁷ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001r., sygn. akt XVII Ama 108/00.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, tj.:

- 1) kwestionowana praktyka jest zachowaniem przedsiębiorcy;
- 2) zachowanie to jest sprzeczne z prawem;
- 3) zachowanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Kaufland jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, przez przedsiębiorcę rozumie się m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 162). Jednocześnie art. 4 ust. 1 ww. ustawy wskazuje, że przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Natomiast stosownie do art. 3 Prawa przedsiębiorców, działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

Kaufland prowadzi działalność gospodarczą jako spółka akcyjna na podstawie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000879890. W ramach prowadzonej działalności gospodarczej Spółka prowadzi m. in. sieć sklepów Kaufland. Głównym zaś przedmiotem działalności Spółki, wpisanym w KRS-ie, jest sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności napojów i wyrobów tytoniowych (PKD1 47.11.Z)

Nie ulega zatem wątpliwości, że Spółka posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Kaufland przy wykonywaniu działalności gospodarczej, podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej zachowania mogą być oceniane w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej

Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 upnpr ma szeroki zakres i obejmuje także usługę. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pod pojęciem produktu, w świetle art. 2 pkt 3 upnpr, należy rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. Natomiast przez propozycję nabycia produktu rozumie się informację handlową określającą cechy produktu oraz jego cenę, w sposób właściwy dla użytego

środka komunikowania się z konsumentami, która bezpośrednio wpływa bądź może wpływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy (art. 2 pkt 6 upnpr).

W myśl art. 2 pkt 7 upnpr za decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.

Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 upnpr praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 upnpr (art. 4 ust. 2 upnpr).

Model przeciętnego konsumenta

Zarzucona Spółce praktyka określona w punkcie I sentencji niniejszej decyzji podlega ocenie z punktu widzenia modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 upnpr, przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: TSUE). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji.

Polski ustawodawca przyjął wzorzec konsumenta „świadomego oraz rozważnego” z możliwością dokonania oceny danej praktyki ze względu na szczególne kategorie konsumentów, wprowadzając tym samym segmentację konsumentów.

Dodatkowo przy rozstrzygnięciu, jakimi cechami charakteryzuje się w danej sprawie przeciętny konsument ustawodawca zwrócił uwagę na konieczność każdorazowego uwzględniania czynników społecznych, kulturowych, językowych. W związku z powyższym, pomimo iż model przeciętnego konsumenta jest modelem normatywnym, nie może być definiowany w oderwaniu od ustalonych - odrębnie dla każdej sprawy - warunków obrotu i realiów życia gospodarczego.⁸ Dlatego przy dokonywaniu rekonstrukcji modelu przeciętnego konsumenta należy wziąć pod uwagę rodzaj oferowanych towarów/usług, a także warunki rynkowe wprowadzania tego towaru/usługi do obrotu oraz krąg odbiorców oferty. Aby ustalić model przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny czy jest on

⁸ Por. wyrok SN z dnia 11 kwietnia 2011 r., III SK 45/10

dostatecznie dobrze poinformowany. Jednakże z tego założenia nie wynika, że konsumenci powinni samodzielnie dążyć do uzyskania wiedzy niezbędnej do zawarcia umowy. Ciężar przekazania informacji o produkcie spoczywa na przedsiębiorcy, który występując na rynku w roli profesjonalisty powinien zadbać o to, żeby jego klient uzyskał pełną informację pozwalającą na podjęcie świadomej decyzji. Z tego powodu prawo do informacji uznawane jest za fundament ochrony konsumenta w Unii Europejskiej.

Oferta sklepów Kaufland jest bardzo bogata asortymentowo i obejmuje wiele gatunków i odmian warzyw. Wskazać zatem można, iż jest to oferta skierowana do nieokreślonego kręgu osób, która może przyciągać stałych klientów, ale także przypadkowego kupującego. Z usług sklepów Kaufland korzystają różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz odmiennej świadomości otaczającej rzeczywistości. Na potrzeby niniejszego postępowania, konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy zatem stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

Praktyka stosowana przez Spółkę opisana w punkcie I sentencji decyzji

Analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie wykazała, że w sklepach sieci Kaufland występują powtarzające się na dużą skalę nieprawidłowości polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw, poprzez przekazywanie konsumentom na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących ich kraju pochodzenia.

Obowiązek przedsiębiorców w zakresie przekazywania konsumentom prawdziwej i rzetelnej informacji o kraju pochodzenia nabywanych produktów wynika wprost z przepisów dyrektywy 2005/29 z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L 149/22 z 11 czerwca 2005 r.; dalej: „dyrektywa 2005/29”). Wskazać bowiem należy, że informacje dotyczące pochodzenia geograficznego wyrażone zostały *expressis verbis* w treści jej art. 6 ust. 1 lit. b - odnoszącego się do praktyk handlowych wprowadzających w błąd - w którym wskazano, że: praktykę handlową uznaje się za wprowadzającą w błąd, jeżeli zawiera ona fałszywe informacje i w związku z tym jest niezgodna z prawdą lub w jakikolwiek sposób, w tym poprzez wszystkie okoliczności jej prezentacji, wprowadza lub może wprowadzić w błąd przeciętnego konsumenta, nawet jeżeli informacje te w odniesieniu do jednego lub większej liczby wymienionych niżej elementów są zgodne z rzeczywistością, i która w każdym przypadku powoduje lub może spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął, w tym dotyczącą m.in. pochodzenia geograficznego produktu.

Zgodnie z przepisem art. 2 lit. e dyrektywy 2005/29 „*istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął*”.



Natomiast w myśl art. 5 ust. 1 upnr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnr) i może ono dotyczyć cech produktu, m. in. jego pochodzenia geograficznego lub handlowego (art. 5 ust. 3 pkt 2 upnr).

Należy podkreślić, iż każdy konsument ma prawo do rzetelnej informacji, która nie będzie wprowadzać w błąd. W związku z powyższym na etapie przedkontraktowym profesjonalista ma obowiązek dostarczenia konsumentowi jasnej i pełnej informacji, umożliwiającej mu podjęcie świadomej decyzji dotyczącej umowy. Przedsiębiorca oferując swoje produkty do sprzedaży powinien zatem w sposób jednoznaczny i niepozostawiający po stronie konsumenta żadnych wątpliwości przekazać rzetelne informacje o nabywanych produktach, pozwalające konsumentowi na podjęcie świadomej decyzji rynkowej (decyzji dotyczącej umowy). Konsument powinien dysponować pełną i rzetelną informacją w tym m.in. o pochodzeniu geograficznym oferowanych mu produktów, aby był w pełni świadomy przy podejmowaniu decyzji dotyczącej umowy.

Przekazywanie fałszywych informacji prowadzi natomiast do wywołania mylnego (niezgodnego z rzeczywistym stanem rzeczy) wyobrażenia o nabywanym produkcie, a w konsekwencji do upośledzenia wyboru rynkowego konsumenta. Wskazać przy tym należy, że dla kwalifikacji praktyki rynkowej jako wprowadzającej w błąd wystarczy to, że praktyka chociażby potencjalnie może spowodować powzięcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której by nie podjął, gdyby dysponował rzetelną informacją o produktach. Pod wpływem nieprawdziwych, wprowadzających w błąd informacji, konsument nie ma bowiem prawidłowego rozeznania co do oferowanych mu do sprzedaży produktów, a co za tym idzie pozbawiony jest możliwości dokonania w pełni świadomych wyborów rynkowych.

Podkreślenia przy tym wymaga, że naruszenie prawa do rzetelnej informacji może skutkować tym, iż nawet przeciętny konsument nie będzie w stanie wykorzystać swojej wiedzy, ostrożności, racjonalnego postrzegania rzeczywistości i rozpoznać grożącego mu niebezpieczeństwa w postaci bezprawnych działań profesjonalisty. W tak zakłóconych warunkach przeciętny konsument nie będzie miał możliwości podjęcia świadomej decyzji.

Wskazać w przy tym należy, że zapewnienie konsumentom należytego poziomu ochrony ich praw poprzez zagwarantowanie im podstaw do dokonywania świadomych wyborów dotyczących spożywanej przez konsumentów żywności oraz uniemożliwienie przedsiębiorcom jakichkolwiek praktyk, które mogłyby wprowadzić konsumentów w błąd, stanowi także jedną z generalnych zasad prawa żywnościowego.⁹ W punkcie 11) preambuły

⁹ Punkt 4) preambuły do rozporządzenia nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 304/18 z 22 listopada 2011 r.) - w ślad za regulacjami przyjętymi w przepisach 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. Urz. WE L 31/1 z 1 lutego 2002 r.; dalej: „rozporządzenie 178/2002”); wskazać należy, że zgodnie z przepisami art. 8 rozporządzenia 178/2002, prawo żywnościowe ma na celu ochronę interesów konsumentów i powinno stanowić podstawę dokonywania przez konsumentów

rozporządzenia 1169/2011 rozporządzenia nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylecia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 304/18 z 22 listopada 2011 r.; dalej: „rozporządzenie 1169/2011”)¹⁰ podkreślono, że umożliwienie konsumentom dokonywania świadomych wyborów jest niezbędne zarówno dla zapewnienia skutecznej konkurencji, jak i dla dobra konsumentów. Znajomość odpowiednich informacji żywieniowych na temat środków spożywczych - w tym informacji o ich geograficznym pochodzeniu - przyczyniłaby się istotnie do umożliwienia konsumentom podejmowania właśnie takich świadomych wyborów.

Realizacja dyrektyw płynących z przepisów prawa żywnościowego, w szczególności rozporządzenia 178/2002, rozporządzenia 1169/2011, a także rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 543/2011 z dnia 7 czerwca 2011 r. ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 1234/2007 (Dz. Urz. UE L 157/1 z 15 czerwca 2011 r.; dalej: „rozporządzenie 543/2011”) wymaga natomiast, aby konsumenci otrzymywali rzetelne i prawdziwe informacje na temat nabywanych produktów, w tym informacji o ich pochodzeniu, jedynie bowiem w takich warunkach (tj. jeśli przestrzegane są fundamentalne prawa konsumenta w tym zakresie) mają oni możliwość podejmowania świadomych decyzji rynkowych.

Wobec powyższego, zgodnie z przyjętymi regulacjami dotyczącymi przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, w szczególności koniecznym jest, aby informacje o kraju pochodzenia produktów żywnościowych - nieujętych w regulacjach wertykalnych - były przekazywane w każdym przypadku, w którym zaniechanie ich wskazania mogłoby wprowadzać w błąd konsumenta, co do rzeczywistego kraju lub miejsca pochodzenia środka spożywczego, w szczególności gdyby informacje towarzyszące środkowi spożywczemu lub etykieta jako całość mogły sugerować, że dany środek spożywczy pochodzi z innego kraju lub miejsca (art. 26 ust. 2 rozporządzenia 1169/2011).

Podkreślenia przy tym wymaga, iż kierując się potrzebami konsumentów w zakresie uzyskania informacji o pochodzeniu konkretnego rodzaju środka spożywczego, np. z uwagi na jej znaczenie przy dokonywaniu przez nich codziennych wyborów rynkowych, prawodawca unijny przyjął szereg regulacji dotyczących poszczególnych produktów żywnościowych wprowadzających obowiązek przekazywania informacji o kraju pochodzenia danej kategorii środka spożywczego. Obecnie oznaczanie pochodzenia jest obowiązkowe w kilku sektorach, takich jak: warzywa i owoce, miód, ryby, wołowina i produkty z wołowiny, oliwa z oliwek, wino, jaja oraz drób pochodzący z przywozu.

Przyjmowane (na zasadzie podejść wertykalnych) regulacje rozszerzające obowiązek przekazywania informacji o pochodzeniu geograficznym poszczególnych produktów żywnościowych mają na celu zagwarantowanie konsumentom możliwości podejmowania

świadomego wyboru związanego ze spożywaną przez nich żywnością. Ma na celu zapobieganie: oszukańczym lub podstępny praktykom; fałszowaniu żywności, oraz wszelkim innym praktykom mogącym wprowadzać konsumenta w błąd.

¹⁰ - w ślad za komunikatem Komisji Europejskiej z dnia 13 marca 2007 r. zatytułowanym „Strategia polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013 - wzmocnienie pozycji konsumentów, polepszenie ich dobrobytu oraz zapewnienie ich skutecznej ochrony”

świadomych wyborów rynkowych, w oparciu o prawdziwe i rzetelne informacje o kraju pochodzenia spożywanej żywności - w tym m.in. warzyw - przekazane w czytelnej dla konsumentów formie. Powyższe ma na celu zagwarantowanie należytej ochrony interesów konsumentów, dla których przedmiotowa informacja ma - w ocenie prawodawcy unijnego - szczególne znaczenie, w tym w szczególności poprzez zapewnienie konsumentom ochrony przed potencjalną możliwością wprowadzenia ich w błąd co do rzeczywistego kraju lub miejsca pochodzenia tych produktów.

Biorąc pod uwagę powyższe, w ww. regulacjach z zakresu prawa żywnościowego, tj. w art. 16 rozporządzenia 178/2002, w art. 6 rozporządzenia 543/2011 oraz art. 7 rozporządzenia 1169/2011 wprowadzono przepisy, które mają gwarantować konsumentom możliwość dokonywania świadomych wyborów odnośnie nabywanych produktów spożywczych - w tym warzyw - na podstawie niewprowadzających w jakikolwiek sposób w błąd, rzetelnych i jasnych informacji o ich pochodzeniu geograficznym.

Podkreślenia przy tym wymaga, że przepisów ww. rozporządzeń prawa żywnościowego nie można interpretować w oderwaniu od regulacji *sticte* z zakresu ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi. Wskazać należy, że w przywołanych regulacjach z zakresu prawa żywnościowego wprost odniesiono się do przepisów dotyczących ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami przedsiębiorców. W preambule do przepisów rozporządzenia 1169/2011 odwołano się do regulacji zawartych w dyrektywie 2005/29/WE, wskazując, iż obejmuje ona jedynie niektóre aspekty przekazywania informacji konsumentom, aby uniemożliwić działania wprowadzające w błąd i pomijanie informacji. Wobec powyższego ogólne zasady dotyczące nieuczciwych praktyk handlowych wymagały uzupełnienia o zasady szczegółowe dotyczące przekazywania konsumentom informacji na temat żywności.

Kompleksowe i ewolucyjne podejście do przekazywanych konsumentom informacji na temat spożywanej przez nich żywności, wymagało doprecyzowania w ww. rozporządzeniach wymogów dotyczących m.in. przekazywania informacji o kraju pochodzenia środków spożywczych. Przede wszystkim informacje te muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia dla konsumentów, a ponadto nie mogą w jakikolwiek sposób wprowadzać konsumentów w błąd.¹¹ W świetle przyjętej w ww. rozporządzeniach szerokiej definicji informacji na temat żywności przedmiotowy zakaz odnosi się zarówno do etykietowania oferowanej do sprzedaży żywności (na opakowaniach zbiorczych lub jednostkowych), jak również do informacji przekazywanych w innej niż etykieta formie (np. na wywieszkach).¹² Przy ocenie rozpowszechniania nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji należy zatem brać pod uwagę także formę prezentacji produktów spożywczych na stoisku sklepowym przy uwzględnieniu sposobu ich ułożenia oraz miejsca, w którym zostały wystawione.

Podkreślenia wymaga, iż zgodnie z wymogami przyjętymi w przepisach rozporządzenia 543/2011,¹³ warzywa mogą być wystawione na sprzedaż, pod warunkiem, że detalista

¹¹ Por. art. 7 ust. 1 lit. a) i ust. 2 rozporządzenia 1169/2011.

¹² Por. pkt 14) i pkt 20) preambuły do rozporządzenia 1169/2011.

¹³ Zgodnie z art. 6 rozporządzenia 543/2011 na etapie sprzedaży detalicznej szczegółowe informacje wymagane w ramach niniejszego rozdziału są dostępne w sposób czytelny i dobrze widoczny. Produkty mogą być wystawione na sprzedaż, pod warunkiem, że detalista umieści w widocznym miejscu w pobliżu produktu czytelne, szczegółowe informacje dotyczące państwa pochodzenia oraz w stosownych

umieści w widocznym miejscu w pobliżu produktów czytelne, szczegółowe informacje dotyczące ich państwa pochodzenia. Co więcej, przedmiotowe informacje muszą być dostępne w dobrze widoczny i czytelny sposób, pozwalający uniknąć wprowadzenia konsumenta w błąd.

Z uwagi na to, że przywołane powyżej przepisy prawa żywnościowego regulujące kwestię przekazywania informacji o pochodzeniu produktów spożywczych, w tym w szczególności warzyw, korespondują z regulacjami nakierowanymi na ochronę konsumentów przed nieuczciwymi praktykami przedsiębiorców (tj. przepisami Dyrektywy 2005/29 oraz stanowiącymi implementację ww. dyrektywy przepisami ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym), istotnym jest, aby ocena praktyki związanej z wprowadzaniem konsumentów w błąd w zakresie przekazywania informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw, uwzględniała cele leżące u podstaw przyjęcia wszystkich ww. regulacji.

Wskazać jednocześnie należy, iż świadomość konsumentów dotycząca spożywanej przez nich żywności systematycznie wzrasta i są oni coraz bardziej zainteresowani nie tylko tym, czy jest zdrowa, ale również jej pochodzeniem. **Podkreślenia przy tym wymaga, iż w świetle przepisów rozporządzenia 1169/2011** podawanie informacji na temat żywności służy wysokiemu poziomowi ochrony zdrowia i interesów konsumentów przez zapewnienie konsumentom podstaw do dokonywania świadomych wyborów, **ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zdrowotnych, ekonomicznych, środowiskowych, społecznych i etycznych.**¹⁴ W świetle powyższego konsumenci powinni mieć zagwarantowane podstawy do dokonywania świadomych decyzji rynkowych, z uwzględnieniem, iż są one kierowane preferencjami zdrowotnymi, ekonomicznymi, środowiskowymi, społecznymi czy etycznymi.

Informacja o kraju pochodzenia jest zatem istotna dla wielu konsumentów oraz często wpływa na decyzję o dokonanym zakupie, choćby ze względu na kwestię transportu żywności, który może mieć wpływ na ilość stosowanych pestycydów do jej zabezpieczenia w trakcie przewozu. Ponadto konsumenci dokonując wyboru warzyw mogą mieć określone preferencje związane z obszarem, z którego one pochodzą, np. ze względu na swoje przekonanie, iż należy wspierać krajowych producentów, czy większe zaufanie wobec lokalnych surowców czy wytwórców.

Wskazać ponadto należy, że wśród konsumentów wzrasta również świadomość dotycząca standardów pozyskiwania żywności (np. na plantacjach) i wynikających z nich problemów związanych z degradacją środowiska naturalnego oraz narzucaniem nieuczciwych warunków pracy. Konsumenci coraz częściej w swoich decyzjach zakupowych zwracają uwagę na to, czy kupowane przez nich towary, w tym m. in. nieprzetworzone warzywa, pochodzą z upraw przyjaznych środowisku oraz należą do tzw. produktów *fair trade*. Przymiot „etyczności” sposobu pozyskiwania niektórych warzyw niejednokrotnie bowiem powiązany jest z danym regionem/państwem, z którego są one pozyskiwane. Ponadto, dla coraz większej liczby konsumentów istotna jest kwestia tzw. „*food miles*” (ang. mil żywnościowych, czyli odległości pomiędzy miejscem wytworzenia a miejscem sprzedaży żywności), a co za tym idzie - śladu węglowego związanego z transportem warzyw z różnych zakątków Europy i świata. Z powyższych względów dla klientów - także części

przypadkach, klasy produktu, jego odmiany lub typu handlowego w sposób pozwalający uniknąć wprowadzenia konsumenta w błąd;

¹⁴ Por. art. 3 ust. 1 rozporządzenia 1169/2011.

z nich, która zaopatruje się w dyskontach - istotne jest posiadanie informacji o kraju pochodzenia nabywanych przez nich produktów.

Efekty rosnącej świadomości konsumentów można m.in. ocenić na podstawie *danych z bazy Mintel Global New Products Database (GNPD)* - jeszcze dziesięć lat temu zaledwie 17 proc. spożywczych nowości produktowych obecnych na sklepowych półkach opatrzonych było informacjami o ekologicznym procesie produkcji, naturalnym pochodzeniu lub składzie pozbawionym GMO. Obecnie ich odsetek wzrósł do 29 proc. Jeszcze większy skok odnotowano w przypadku wyrobów powstałych w zgodzie z zasadami zrównoważonego rolnictwa czy sprawiedliwego handlu - z 1 proc. do 22 proc.¹⁵

Kwestia oczekiwań konsumentów co do przekazywania informacji o pochodzeniu środków spożywczych stanowiła również przedmiot wielu innych badań konsumenckich, w tym m.in. badania przeprowadzonego w 2020 r. przez Stowarzyszenie PEMI, w ramach akcji 590Powodow.pl badania konsumenckiego pn. „*Solidarność Konsumentencka w dobie koronawirusa*” (dalej: „**badanie Stowarzyszenia PEMI**”), z którego wynika, że aż 70% respondentów wskazało, że weryfikuje kraj pochodzenia przed nabyciem produktu. Co więcej, powyższe badanie pokazało, że to nie cena - tak jak dotychczas - stanowi najważniejsze kryterium wpływające na decyzje zakupowe konsumentów, a zaczyna być nim właśnie informacja o tym, skąd dany produkt pochodzi.

Z kolei w raporcie Komisji Europejskiej z badania przeprowadzonego w lutym 2013 r. przez Konsorcjum Oceny Łańcucha Żywności (ang. FCEC) dla Dyrekcji Generalnej ds. Zdrowia i Bezpieczeństwa Żywności na próbie 3000 konsumentów w 15 państwach członkowskich Unii Europejskiej (dalej: „Badanie FCEC”), zaprezentowanego w raporcie Komisji Europejskiej pn. „*Study on the mandatory indication of country of origin or place of provenance of unprocessed foods, single ingredient products and ingredients that represent more than 50% of a food*” (dalej: „Raport Komisji Europejskiej”) wynika, że pochodzenie środków spożywczych jest piątym (z 11-stu) najważniejszym czynnikiem wpływającym na decyzję konsumentów o zakupie, po takich wyróżnikach jak smak, okres trwałości, wygląd i cena. 47% respondentów zadeklarowało, że pochodzenie żywności jest „bardzo ważne”, a 37% uznało je za „ważne” - podczas gdy tylko 13% konsumentów wskazało na pochodzenia jako „nie bardzo ważne” lub „wcale nie ważne”.¹⁶

Badanie przeprowadzone przez Europejską Organizację Konsumentów (BEUC) w styczniu 2013 r. w 4 państwach członkowskich pokazało natomiast, że pochodzenie żywności jest piątym z sześciu najważniejszych czynników decydujących o zakupie poza smakiem, ceną, okresem trwałości, przeznaczeniem i wyglądem. Szczególne znaczenie ma dla konsumentów pochodzenie m. in. w przypadku warzyw i owoców. Jak wykazały badania, 66% konsumentów w Polsce uznaje kraj pochodzenia za ważny czynnik wpływający na wybór środka spożywczego.¹⁷

¹⁵ https://www.pfzp.pl/nowosci/?id_news=6625&lang_id=1.

¹⁶ https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-10/labelling_legislation_final_report_ew_02_15_284_en.pdf, s.12; dane z powyższego raportu powołane zostały w uzasadnieniu do projektu rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi zmieniającego rozporządzenie w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych z dnia 23 grudnia 2014 r. <https://legislacja.rcl.gov.pl/docs//509/12323605/12622217/12622218/dokument413083.pdf>.

¹⁷ <https://www.beuc.eu/publications/2013-00043-01-e.pdf>, s.12.

[https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2015\)0204_/com_com\(2015\)0204_pl.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2015)0204_/com_com(2015)0204_pl.pdf)



Na powyższą kwestię zwrócono uwagę również w *Sprawozdaniu Komisji Dla Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącym obowiązkowego wskazania państwa lub miejsca pochodzenia żywności nieprzetworzonej, produktów jednoskładnikowych oraz składników, które stanowią więcej niż 50% środka spożywczego*¹⁸. W ww. dokumencie odwoływano się do wyników Badania FCEC, które miało na celu m.in. zbadanie z jakich przyczyn informacje o miejscu pochodzenia produktów spożywczych są istotne z punktu widzenia konsumentów. W odniesieniu do wyników przedstawionych w tym zakresie badań w ww. Sprawozdaniu wskazano, że motywy, wskazane przez konsumentów w trakcie ww. badań tj. wspieranie lokalnej produkcji oraz ochronę środowiska należy uznać za w pełni uzasadnione.¹⁹

Podkreślenia przy tym wymaga, że gros spośród wszystkich skontrolowanych przez WIH partii obejmowało warzywa, które są zarówno uprawiane w Polsce, jak również - ze względu na zbliżone warunki klimatyczne - uprawia się je w innych krajach europejskich, np. ziemniaki, pomidory, marchew. Powyższe ma o tyle istotne znaczenie, że konsumenci, którzy chcąc wspierać polską gospodarkę i rolnictwo oraz nabywać lokalną żywność, niesprowadzaną z zagranicy, często decydują się na zakup rodzimych produktów.

Wskazać należy, iż na znaczenie rodzimego pochodzenia produktów dla konsumentów zwrócono również uwagę w *Sprawozdaniu Komisji Dla Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącym obowiązkowego wskazania państwa lub miejsca pochodzenia żywności nieprzetworzonej, produktów jednoskładnikowych oraz składników, które stanowią więcej niż 50% środka spożywczego* - w którym przywołano Badanie FCEC -wskazując, że prawie połowa badanych konsumentów preferuje produkty z własnego kraju.²⁰

Z kolei w ww. Raportcie Komisji Europejskiej²¹ powołano się na badanie konsumenckie przeprowadzone przez Stowarzyszenie PEMI w 2012 r., z którego wynika, że polscy konsumenci szczególną uwagę zwracają na żywność pochodzącą z ich kraju. Ponadto ww. badania pokazały, że 50% Polaków zawsze lub zwykle sprawdza, czy produkt został wyprodukowany w Polsce. Ponadto respondenci wskazywali, że umieszczenie informacji o polskim pochodzeniu produktu wpływa na decyzję o jego zakupie i byłiby oni skłonni zapłacić do 30% więcej za produkt polskiego pochodzenia, w porównaniu do podobnego produktu niepolskiego pochodzenia.²²

Badanie Ipsos „*Moda na polskość*” pokazało natomiast, że 73% Polaków stara się wspierać polską gospodarkę poprzez kupowanie produktów wyprodukowanych w Polsce, zaś połowa sprawdza, gdzie wykonano produkty, które kupują. Ponadto ponad połowa Polaków (51%) jest gotowa zapłacić więcej za produkt polski, niż importowany. Przedmiotowe badanie wykazało również, że kraj pochodzenia ma największe znaczenie dla polskich konsumentów przy wyborze towarów żywnościowych - aż 76% ankietowanych wskazało, że wolaloby wybrać produkt polski, od zagranicznego.²³

¹⁸<https://op.europa.eu/pl/publication-detail/-/publication/a08f6a38-fed5-11e4-a4c8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-238688451> Bruksela, dnia 20.05.2015 r. COM (2015) 204.

¹⁹ Op. cit. s. 6

²⁰<https://op.europa.eu/pl/publication-detail/-/publication/a08f6a38-fed5-11e4-a4c8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-238688451>.

²¹Op. cit.

https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-10/labelling_legislation_final_report_ew_02_15_284_en.pdf.

²²Op. cit.

https://ec.europa.eu/food/system/files/2016-10/labelling_legislation_final_report_ew_02_15_284_en.pdf, s. 24.

²³ Op. cit. https://www.ptbrio.pl/k16/files/k16_moda_na_polskosc_ipsos.pdf.



O tym, że polskie pochodzenia ma coraz większy wpływ na wybory Polaków wskazuje również szereg innych badań konsumenckich w tym:

- Badanie Instytutu Badawczego „ARC Rynek i Opinia” na zlecenie PPL Koral, 2020, które wykazało, że w 2020 roku (specyficznym ze względu na pandemię COVID-19), 60% Polaków twierdziło, że chce pomagać polskim firmom, w tym 90% poprzez zakup krajowych produktów²⁴; ponadto ww. badania pokazały także, że ponad połowa Polaków zaczęła częściej niż dotychczas kupować polskie produkty - 50% konsumentów obecnie w większym stopniu zwraca uwagę czy produkt jest pochodzenia polskiego. Takie zachowanie częściej deklarują kobiety - 57% - niż mężczyźni - 45%,²⁵
- Badanie UCE Research na zlecenie Grupy Blix, 2021, które wykazało, że w 2021 roku 63% Polaków, przede wszystkim w wieku 60 i więcej oraz 30-39, potwierdziło, że sprawdza przed zakupem, czy produkt pochodzi z polskiej produkcji;²⁶
- Badanie Firmy doradczej Grant Thornton, która stworzyła indeks, mierzący patriotyzm gospodarczy; na podstawie danych o imporcie dóbr konsumpcyjnych i wskaźnika „samowystarczalności” Grant Thornton obliczył „Buy Locally Index”, czyli indeks patriotyzmu gospodarczego dla 10 największych gospodarek UE - Polska znalazła się na drugim miejscu ze wskaźnikiem na poziomie 70,1;²⁷
- Badanie agencji Mands przeprowadzone na zlecenie De Heus, które wskazało, że blisko 70 proc. konsumentów przed zakupem sprawdza pochodzenie produktu, a 90 proc. wybiera ten pochodzący z Polski.²⁸

Należy przy tym zauważyć, iż Kaufland sama przyznaje, że przykłada wagę do wspierania lokalnych dostawców i że znaczna część produktów z asortymentu warzyw dostępnych w sklepach sieci Kaufland pochodzi z Polski.²⁹

W świetle opisanych powyżej okoliczności, nie ulega wątpliwości, że informacja o pochodzeniu nabywanej przez konsumentów żywności ma istotne znaczenie i wpływa na ich wybory w codziennych decyzjach zakupowych żywności.

W oparciu o zgromadzony w niniejszym postępowaniu materiał dowodowy, Prezes Urzędu dokonał oceny działań Spółki pod kątem możliwości wprowadzenia w błąd co do kraju pochodzenia warzyw oferowanych w sklepach sieci Kaufland oraz wpływu tych działań na decyzje zakupowe konsumentów (stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej), a także w kontekście systemowego naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Przy ocenie stosowania przez Spółkę zarzucanych w niniejszej decyzji praktyk Prezes Urzędu posiłkował się informacjami z wyników kontroli oznakowania warzyw krajem pochodzenia w sklepach sieci Kaufland przeprowadzonych przez Wojewódzkich

²⁴ <https://deheus.prowly.com/153158-polska-zywnosc-najlepsza>.

²⁵ <https://miastons.pl/biznes-i-edukacja/koral-zlecil-badania-90-polakow-chce-wspierac-polskie-firmy-poprzez-czestszy-zakup-produktow/>.

²⁶ Ibidem.

²⁷ <https://subiektywnieofinansach.pl/patriotyzm-gospodarczy-produkty-made-in-poland/>

²⁸ https://www.pfpz.pl/nowosci/?id_news=6792&lang_id=1 Polacy coraz bardziej świadomie robią zakupy spożywcze.

²⁹ W piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Spółka wyjaśniła, że udział produktów polskiego pochodzenia w asortymencie owoców i warzyw oferowanych przez Spółkę wynosi między 45 a 65%. Udział ten uzależniony jest od sezonu oraz dostępności danego produktu na rynku. W 2019 roku warzywa i owoce dostarczane były do sklepów sieci Kaufland przez 129 różnych dostawców, z których aż 96 (ponad 74%) było dostawcami polskimi, a jedynie 33 (mniej niż 26%) zagranicznymi.

Inspektorów Inspekcji Handlowej w latach 2020 - 2021, zaliczonych w poczet materiału dowodowego sprawy.

Prezes UOKiK rozstrzygając o naruszeniu przez Kaufland zbiorowych interesów konsumentów wziął także pod uwagę przedstawione przez Spółkę w toku niniejszego postępowania wyjaśnienia dotyczące sposobu oznakowania warzyw krajem pochodzenia na stoiskach warzywnych, a także ocenił funkcjonujący w Spółce system znakowania warzyw informacjami o ich pochodzeniu.

Z analizy zgromadzonych w toku postępowania protokołów kontroli przeprowadzonych przez WIIH w I i II kwartale 2020 r. oraz w II kwartale 2021 r. wynika, że w sklepach sieci Kaufland systematycznie dochodzi do sytuacji, w których na wywieszkach towarzyszących oferowanym do sprzedaży warzywom przekazywane są nieprawdziwe informacje na temat ich pochodzenia geograficznego.

Wskazać w tym miejscu należy, że konsument wybierając produkty intuicyjnie kieruje się informacją, która jest mu przekazywana w miejscu najbardziej dla niego widocznym, tj. na wywieszkach umieszczonych bezpośrednio obok warzyw oferowanych do sprzedaży w sieci sklepów Kaufland.

Przede wszystkim wynika to z faktu, że przedmiotowe wywieszki poza informacjami o kraju pochodzenia zawierają także inną, szczególnie interesującą konsumenta informację - tj. cenę. Ponadto z treści ww. wywieszki konsument pozyskuje także informacje, czy dany produkt w konkretnej cenie oferowany jest na sztuki, w opakowaniach, czy luzem na wagę.

Natomiast umieszczane na opakowaniach zbiorczych i jednostkowych etykiety, nie są już tak dostępne dla konsumenta, z uwagi na to, że nie znajdują się poniżej zasięgu jego wzroku. Dodatkowo etykiety na opakowaniach zbiorczych bywają niejednolite i ulokowane w różnych miejscach kartonu/skrzynki z warzywami (mogą się znajdować na różnych ich bokach), z uwagi na to, że umieszczone zostały przez poszczególnych dostawców (producentów). Co więcej, zdarza się, że etykiety te nie są w ogóle widoczne dla konsumenta lub ma on do nich utrudniony dostęp, co znacznie utrudnia lub nawet wyklucza możliwość jej sprawdzenia i zweryfikowania prawdziwości informacji na temat państwa pochodzenia warzyw wskazanych na wywieszkach. W świetle powyższego, należało zatem uznać, że wywieszka z etykietą cenową stanowi podstawowe źródło, z którego konsument czerpie informacje na temat nabywanego produktu.

Podkreślenia jednocześnie wymaga, że konsument nie powinien być obarczany koniecznością dokonywania weryfikacji informacji udostępnionych na wywieszkach pod kątem ich zgodności z tym, co znajduje się na opakowaniach zbiorczych czy jednostkowych, w których umieszczone są oferowane warzywa, bowiem to sprzedawca (Spółka) obowiązany jest zapewnić, aby oznaczenia umieszczone na wywieszkach udostępnionych bezpośrednio przy produktach były rzetelne i niewprowadzające w błąd.

Wobec powyższego konsument nie ma obowiązku weryfikowania prawdziwości informacji o kraju pochodzenia warzyw, które zamierza kupić. Konsument ma bowiem prawo zakładać, że przedsiębiorca nie wprowadza go w błąd w zakresie informacji o pochodzeniu geograficznym oferowanych przez niego do sprzedaży warzyw.

Podkreślenia w tym miejscu wymaga, że organy WIIH, dokonując oceny oznakowania warzyw informacjami o pochodzeniu geograficznym w miejscu ich sprzedaży pod kątem spełnienia wymogów określonych w przepisach rozporządzeń unijnych dotyczących



oznaczania żywności (rozporządzenia 543/2011, rozporządzenia 1169/2011 oraz rozporządzenia 178/2002), za każdym razem weryfikowały, czy w poszczególnych placówkach sieci Kaufland, konsumentom przekazane zostały wszystkie obowiązkowe informacje na temat pochodzenia warzyw, znajdujących się aktualnie w ofercie sklepu sieci Kaufland i czy oznakowanie produktów jest czytelne oraz łatwo dostępne dla konsumenta, a ponadto, czy sposób, w jaki ww. informacje prezentowane są na stoiskach warzywnych (w miejscu ekspozycji), może wprowadzać konsumentów w błąd.

W każdym bowiem przypadku stwierdzenia, że w toku kontroli przeprowadzonych przez WIIH w poszczególnych sklepach sieci Kaufland doszło do naruszenia ww. przepisów prawa żywnościowego, konieczne było spełnienie obu ww. przesłanek - **pierwszej, odnoszącej się do prawdziwości i rzetelności przekazywanych informacji o kraju pochodzenia kontrolowanych warzyw, w tym przekazania ich konsumentowi w czytelny, tj. łatwy do odczytania i jasny do zrozumienia sposób, oraz drugiej, odwołującej się do prezentacji warzyw na stoiskach sklepowych w poszczególnych placówkach należących do sieci Kaufland, wymagającej oceny, czy z uwagi na sposób i miejsce ich wystawienia (sposób prezentacji), ww. informacje nie mogą chociażby potencjalnie wprowadzać konsumenta w błąd.**

Powyższe wymagało zbadania treści przekazywanych konsumentom informacji na temat pochodzenia geograficznego partii produktów znajdujących się aktualnie w ofercie sklepów Kaufland. W tym zakresie kontrolerzy WIIH analizowali informacje przekazywane w miejscu najbardziej dostępnym dla konsumenta - tj. na wywieszkach towarzyszących warzywom, konfrontując je z informacjami ujawnionymi na opakowaniach zbiorczych lub jednostkowych. Ponadto inspektorzy WIIH dokonywali także oceny formy prezentacji warzyw na stoiskach sklepowych m.in. sprawdzając, czy oznakowanie jest czytelne, łatwo dostępne oraz czy może w jakikolwiek sposób wprowadzać konsumentów w błąd. Podkreślenia wymaga, iż zgodnie z zleceniami kontroli, w przypadku warzyw, w stosunku do których ryzyko podania błędnego kraju pochodzenia jest największe z uwagi na to, że są dostarczane nie tylko z Polski, ale także z innych państw Unii Europejskiej oraz krajów pozaunijnych, inspektorzy WIIH sprawdzali również, czy prezentacja tych warzyw w miejscu sprzedaży wywołuje skojarzenia z ich polskim pochodzeniem, a jeżeli tak, to czy taka prezentacja jest rzetelna i odnosi się wyłącznie do polskich produktów. Wskazać przy tym należy, iż dla stoisk warzywnych znajdujących się w dużych sieciach handlowych, takich jak Kaufland, charakterystyczną cechą jest mnogość różnych partii tego samego produktu, jednocześnie wyłożonych obok siebie w miejscu ekspozycji. Podkreślenia zatem wymaga, iż w szczególności wskazanie błędnego kraju pochodzenia np. pomidorów holenderskich, które były prezentowane obok polskich stanowi przykład wprowadzenia w błąd, bowiem konsument może w takim przypadku sądzić, że wszystkie pomidory są polskie.

Nie można również zapominać, że ww. regulacje prawa żywnościowego, w oparciu o które organy WIIH weryfikowały spełnienie przez Kaufland wymagań w zakresie oznakowania oferowanych do sprzedaży warzyw, w istocie stanowią uzupełnienie przepisów Dyrektywy 2005/29 i mają na celu uszczegółowienie zasad dotyczących przekazywania konsumentom informacji na temat żywności - w tym także poprzez doprecyzowanie przesłanek warunkujących możliwość wprowadzenia w błąd. **Przesłanki pozwalające na uznanie zachowania Kaufland jako wprowadzające w błąd są zatem zbieżne dla ww. regulacji prawa żywnościowego oraz przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.**



Wobec powyższego, dla oceny działań Spółki, zarówno pod kątem naruszenia przepisów prawa żywnościowego, jak i naruszenia przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym - istotne było ustalenie czy konsument otrzymał prawdziwą i rzetelną informację o kraju pochodzenia, a ponadto, czy sposób, w jaki te informacje zostały mu przedstawione nie mogą wprowadzać go w błąd, tj. czy istnieje chociażby prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd.

Warto również podkreślić, iż w zleceniach kontroli wskazano, że organy WIIH miały dokonać weryfikacji oznakowania warzyw widzianymi „oczami konsumenta”, tj. wyłącznie w zakresie prawidłowości oznakowania świeżych warzyw w miejscu ich sprzedaży. Wobec powyższego należy uznać, że organy WIIH dokonując oceny sposobu prezentowania informacji o pochodzeniu warzyw pod kątem potencjalnej możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd, obowiązane były do zbadania ww. okoliczności z perspektywy przeciętnego klienta sklepu należącego do sieci Kaufland. Z powyższych względów, informacje płynące z protokołów ww. kontroli WIIH stanowią w ocenie Prezesa Urzędu istotne źródło informacji o tym, w jaki sposób informacje o kraju pochodzenia uwidaczniane w sklepach sieci Kaufland mogą być odbierane przez przeciętnego konsumenta.

W świetle wszystkich wskazanych okoliczności, wskazać należy, iż ocena działań Spółki zarówno pod kątem naruszenia ww. przepisów prawa żywnościowego, jak i naruszenia przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wymagała zbadania:

- 1) czy w placówkach należących do sieci Kaufland występują przypadki przekazywania nieprawdziwych informacji o kraju pochodzenia warzyw, a ponadto,
- 2) czy z uwagi na formę prezentacji ww. informacji, przeciętny konsument robiący zakupy w sklepach Kaufland, mógłby zostać wprowadzony w błąd, oraz czy działanie Spółki ma chociażby potencjalny wpływ na decyzję rynkową przeciętnego konsumenta.

Mając na uwadze powyższe, wskazać należy, iż, pomimo że punktem odniesienia dla stawianego Kaufland zarzutu było naruszenie przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w związku z wypełnieniem przesłanek określonych w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr oraz naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, a Prezes UOKiK nie oparł swojego rozstrzygnięcia o ww. przepisy prawa żywnościowego, ustalenia poczynione przez organy WIIH w zakresie spełniania przesłanki wprowadzenia w błąd określonej w ww. przepisach prawa żywnościowego, należało uwzględnić przy ocenie stosowania zarzucanego Spółce naruszenia. Podkreślenia wymaga, iż przywołane w niniejszej decyzji wyniki kontroli ww. organów dają spójny obraz stosowanej przez Kaufland praktyki, natomiast liczne przypadki nieprawidłowości stwierdzonych w toku ww. kontroli pozwoliły na ujawnienie skali naruszeń.

Wskazać należy, iż organy WIIH łącznie przeprowadziły kontrole w 71 placówkach należących do sieci sklepów Kaufland spośród 225 wszystkich sklepów należących do sieci Kaufland - w tym 21 placówek w I kwartale 2020 r., 18 placówek w II kwartale 2020 r. oraz 32 placówki w II kwartale 2021 r. Wobec powyższego podkreślenia wymaga, iż ww. kontrole łącznie objęły 31,6% wszystkich sklepów należących do Spółki.

Nieprawidłowości w związku z przekazywaniem na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do sprzedaży warzyw nieprawdziwych informacji dotyczących ich państwa pochodzenia (odbiegających od informacji podanych na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym, bądź w dokumentach dostawy) stwierdzono w **27 placówkach**, tj. w **38% przypadków wszystkich przebadanych sklepów sieci Kaufland**, w tym w I kwartale 2020 r. w **9 spośród 21 skontrolowanych** w tym okresie placówek (**42,9%** spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek), w II kwartale 2020 r. w **5 spośród 18 skontrolowanych** w tym okresie placówek (**27,8%** spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek) oraz w II kwartale 2021 r. w **14 spośród 32 skontrolowanych** w tym okresie placówek (**43,8%** spośród wszystkich skontrolowanych w tym okresie placówek). W odniesieniu do łącznej liczby sklepów należących do Spółki, opisane w niniejszej decyzji naruszenia stwierdzone w toku przedmiotowych kontroli WIIH dotyczyły zatem **12% wszystkich należących do sieci Kaufland placówek (27 z 225 wszystkich sklepów należących do Spółki)**.

Jednocześnie w toku przedmiotowych kontroli łącznie stwierdzono **53 przypadków nieprawidłowości dotyczących wprowadzania w błąd do kraju pochodzenia warzyw** w związku z przekazywaniem na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących państwa pochodzenia tych produktów (odbiegających od informacji podanych na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym, bądź w dokumentach dostawy) - w tym w I kwartale 2020 r. ujawniono **20 przypadków nieprawidłowości** w powyższym zakresie, II kwartale 2020 r. ujawniono **13 przypadków nieprawidłowości** w powyższym zakresie, zaś w II kwartale 2021 r. ujawniono **20 przypadków nieprawidłowości** w powyższym zakresie. W toku przedmiotowych kontroli w placówkach, w których stwierdzono nieprawidłowości weryfikacji poddano łącznie **215 partii warzyw** (z czego **97 partii** w I kwartale 2020 r., **34 partie** w II kwartale 2020 r. oraz **84 partie** w II kwartale 2021 r.) co oznacza, że ww. **nieprawidłowości dotyczyły 24,7%** wszystkich sprawdzonych w tych placówkach partii warzyw.

W świetle powyższego, w ocenie Prezesa UOKiK nie można zatem zgodzić się z twierdzeniem Spółki, iż w oparciu o liczbę przeprowadzonych przez WIIH w sklepach Kaufland kontroli - które łącznie **objęły 31,6%** wszystkich sklepów należących do Spółki oraz liczby sklepów, w których ujawniono przypadki opisanych w niniejszej decyzji nieprawidłowości, która **stanowiła 12% wszystkich sklepów sieci Kaufland³⁰**, nie można wyciągnąć wiarygodnych wniosków w kwestii poziomu nieprawidłowości występujących ww. placówkach w zakresie wprowadzania w błąd co do kraju pochodzenia warzyw. Ponadto mając na uwadze, iż w toku przedmiotowych kontroli ww. **nieprawidłowości dotyczyły 24,7%³¹** wszystkich sprawdzonych w powyższych placówkach partii warzyw, trudno zgodzić się z twierdzeniem, że mają one charakter incydentalny czy marginalny.

Podkreślenia przy tym wymaga, iż w praktyce nie byłoby możliwe objęcie badaniami wszystkich sklepów sieci Kaufland oraz wszystkich dostępnych w tych sklepach partii warzyw. Wynika to z kilku zasadniczych powodów, takich jak: koszty badań, potencjalny czas ich trwania oraz inne trudności techniczno-organizacyjne, które uniemożliwiają w praktyce przeprowadzenie takiego badania. Kierując się zasadami ekonomiki postępowania, w analizowanej sprawie jedynym rozsądnym rozwiązaniem było przeprowadzenie badania częściowego, które objęło obiekty wybrane z populacji

³⁰ W 86 sklepach przy 225 działających placówkach należących do sieci Kaufland.

³¹ weryfikacji poddano łącznie 215 partii warzyw, nieprawidłowości stwierdzono w przypadku 53 partii.

docelowej. Wskazać należy, że sklepy Kaufland są częścią jednej z większych sieci handlowych w Polsce, co znalazło odzwierciedlenie w liczbie przeprowadzonych kontroli w porównaniu do pozostałych sklepów objętych badaniem, należących do innych sieci handlowych.³²

Niemniej wskazać należy, że badania prowadzone w ramach kontroli WIH wykonywane były w różnych datach w obszernym okresie czasowym, a także w różnych odległych od siebie miejscach - na terenie kilkunastu województw w całym kraju. W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu nie sposób uznać iż stwierdzone przez ww. organy nieprawidłowości miały charakter incydentalny czy przypadkowy oraz że są niereprezentatywne dla uznania, iż Spółka nie dopuszcza się stosowania zarzucanej w niniejszym postępowaniu praktyki.

Jednocześnie Prezes Urzędu nie odniósł się do wyników pozostałych kontroli przeprowadzonych w sklepach sieci Kaufland, w których nie stwierdzono nieprawidłowości stanowiących podstawę wszczęcia niniejszego postępowania, bowiem pozostają one irrelevantne dla przedmiotowej sprawy. Wskazać przy tym należy, że powyższe dane procentowe, wskazujące na odsetek liczby stwierdzonych przypadków naruszeń opisanych w Decyzji do łącznej liczby partii sprawdzonych we wszystkich placówkach należących do sieci Kaufland, tj. również w tych, w których nieprawidłowości nie stwierdzono, w istocie nie są istotne z punktu widzenia oceny zakwestionowanej w niniejszym postępowaniu praktyki. Podkreślenia bowiem wymaga, iż to nie liczba poszczególnych naruszeń stwierdzanych w kontrolowanych placówkach, ale liczba sklepów, w których zidentyfikowano przypadki wprowadzania w błąd co do kraju pochodzenia warzyw ma największe znaczenie przy analizowaniu zarzucanej Spółce praktyki. Przede wszystkim bowiem to właśnie liczba sklepów, w których dochodzi do naruszenia w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw determinuje potencjalny krąg konsumentów narażonych na negatywne skutki działań Spółki, a także wskazuje na systemowość naruszenia. W przypadku wystąpienia nieprawidłowości w kilku sklepach można by było mówić o sytuacjach spowodowanych błędami ludzkimi. Natomiast gdy nieprawidłowości sięgają kilkudziesięciu procent kontrolowanych sklepów i stwierdzone są w ponad 1/3 kontrolowanych sklepów (w 38%) - nie można mówić o tym, iż jest to kwestia jednostkowych marginalnych przypadków pomylnych etykiet w pojedynczych sklepach należących do sieci prowadzonej przez Spółkę. Powyższe wskazuje natomiast, iż chodzi o systemowy, odnoszący się do całej sieci problem o znacznej skali.

Podkreślenia przy tym wymaga, że w ocenie Prezesa UOKiK liczba partii co do których wniesiono zastrzeżenia, ma natomiast drugorzędne znaczenie przy ocenie zarzucanej Spółce praktyki, po pierwsze ze względu na to, że jest ona ograniczona w stosunku do liczby partii dostępnych w danym momencie w sklepie (jak twierdzi Spółka jest to ok 297 partii warzyw w każdym sklepie) - a więc nie wykluczata sytuacji, że w danej placówce nieprawidłowości dotyczyły także innych, niesprawdzonych partii warzyw - po drugie dlatego, że każdy konsument robiący zakupy, był potencjalnie narażony na skutki praktyki stosowanej przez Spółkę, bowiem każdorazowo istniała szansa, że wybierze produkty, w odniesieniu do których stwierdzono przedmiotowe nieprawidłowości. Biorąc ponadto pod uwagę, że w toku kontroli weryfikujących prawidłowość oznakowania krajem pochodzenia warzyw oferowanych w miejscu sprzedaży konsumentowi, **zakwestionowano prawie 1/4**

³² Raport dostępny na stronie: https://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=16586.

spośród wszystkich sprawdzonych w powyższych sklepach partii (24,7%), również nie można mówić o marginalnej skali stwierdzonych nieprawidłowości.

Natomiast fakt, że zdarzały się przypadki kontroli WIIH, w trakcie których nie wykryto żadnych nieprawidłowości nie przeczy stosowaniu przez zarzucanej Spółce praktyki. Przykładowe kontrole, w których nie wystąpiły naruszenia mają charakter neutralny dla rozpatrywanej sprawy i nie podważają tezy, iż praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów wystąpiła. Dla wykazania przez Prezesa UOKiK naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie jest bowiem konieczne stwierdzenie, że za każdym razem przy oznaczaniu produktu krajem pochodzenia dochodziło do nieprawidłowości w tym zakresie. Jest to również obiektywnie niemożliwe do przeprowadzenia. Należy mieć na względzie, iż zgodnie z art. 235² § 1 pkt 3) ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2021, poz. 1805; dalej: „kpc”) w zw. z art. 84 uokik Prezes UOKiK zobligowany jest do pominięcia dowodów, które nie mają znaczenia dla sprawy, tj. są nieprzydatne do wykazania danego faktu. Przedmiotem postępowania była okoliczność związana z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów w zakresie podawania informacji o pochodzeniu geograficznym na wywieszkach ich zgodności względem tych zamieszczonych na opakowaniach zbiorczych lub jednostkowych. Prezes UOKiK pozyskał liczne dowody na to, że dochodziło do takich nieprawidłowości i to w sposób powtarzalny, co jest wystarczające na wykazania kwestionowanych praktyk.

W świetle powyższego mając na uwadze wyniki przeprowadzonych przez organy WIIH kontroli oznakowania krajem pochodzenia warzyw w sklepach sieci Kaufland, Prezes Urzędu ustalił, że konsumenci sugerując się informacjami przekazywanymi na wywieszkach, mogli podejmować decyzje dotyczące zakupu warzyw oferowanych w sklepach należących do Spółki, których nie podjęliby, gdyby wiedzieli, jaki jest ich rzeczywisty kraj pochodzenia. W rezultacie błędne oznaczenie państwa pochodzenia warzyw na wywieszce prowadzi do sytuacji, w których decyzje konsumentów dotyczące skorzystania z oferty Kaufland podejmowane są - lub chociażby potencjalnie mogą zostać przez nich podjęte - w wyniku posiadania nieprawdziwych informacji.

Ponadto w innych warunkach, tj. gdyby konsumenci mieli pełną wiedzę na temat pochodzenia oferowanych warzyw, być może wybraliby inny produkt lub zrezygnowali z zakupu. W szczególności dotyczyć to może produktów, które na wywieszce zadeklarowane zostały jako polskie, natomiast w rzeczywistości pochodzą z innych krajów. W rezultacie konsumenci z różnych względów zainteresowani lokalnymi warzywami, niesprowadzanymi z zagranicy, sugerując się informacjami przekazywanymi przez Kaufland sięgają po warzywa, które nie pochodzą z Polski. W tych przypadkach konsumenci dysponując rzetelną informacją być może zdecydowaliby się na wybór innego produktu lub w ogóle zrezygnowaliby z zakupu w sklepie sieci Kaufland, a być może mając możliwość świadomego podjęcia decyzji, wybraliby pierwotnie wybrany produkt (pomimo, że ten produkt nie pochodził z Polski, jednak konsumenci mieli pełną wiedzę na ten temat).

Niemniej podkreślenia w tym miejscu wymaga, iż w ocenie Prezesa UOKiK, **każdy przypadek działań Spółki polegających na przekazywaniu nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, niezależnie od tego, czy rozbieżność między wywieszką, a etykietą na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym dotyczy polskich, czy zagranicznych produktów. W każdym bowiem przypadku istniejącej rozbieżności w powyższym zakresie, podana informacja jest błędna i nieprawdziwa. Każda z opisanych sytuacji stanowi przypadek wprowadzenia w błąd opisany we wskazanych powyżej przepisach ustawy**

o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a ponadto ma zdolność wpływania na decyzje zakupowe konsumentów. Inaczej bowiem konsument zachowa się, gdy jest pewien, że informacja na temat pochodzenia jest prawidłowa, a inaczej, kiedy musi na przedmiotowe informacje bardziej uważać i wymaga to od niego większej czujności na zakupach (w obu przypadkach rozbieżności). **W każdej z opisanych wyżej sytuacji zostaje narażony na niedogodności związane z koniecznością wykonania dodatkowych czynności i utraty czasu, które nie powinny go dotyczyć.**

Wskazać przy tym należy, iż nawet fakt, że niektórzy konsumenci nie zwracają szczególnej uwagi na treść informacji o produktach (w tym o ich pochodzeniu geograficznym), nie może stanowić usprawiedliwienia dla nierzetelnego informowania o oferowanej do sprzedaży żywności, z naruszeniem wymogów wynikających z obowiązujących w tym zakresie przepisów.³³ Stwierdzone nieprawidłowości w oznakowaniu partii warzyw, polegające na podaniu w miejscu sprzedaży na wywieszce cenowej niezgodnej z prawdą informacji o ich kraju pochodzenia, wprowadzają konsumentów w błąd oraz w sposób istotny naruszają ich interesy, bowiem uniemożliwiają zapoznanie się z pełną i rzetelną informacją o kraju pochodzenia, mogącą mieć wpływ na dokonanie właściwego wyboru produktu, zgodnego z ich oczekiwaniami i preferencjami. Konsument ma prawo do pełnej i rzetelnej informacji o oferowanych mu produktach, bez podejmowania dodatkowych działań w celu ich uzyskania, aby podjąć właściwą decyzję przy zakupie i mieć gwarancję, że zakupione produkty są dla niego odpowiednie i posiadają cechy zgodne z zadeklarowanymi przez sprzedawcę.

W oparciu o dokumenty przekazane przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej należało ponadto stwierdzić, że praktyka stosowana przez Kaufland miała długotrwały charakter, bowiem jak pokazały wyniki kolejnych prowadzonych przez organy WIIH kontroli, liczba sklepów w których stwierdzono nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw utrzymywała się na bardzo wysokim poziomie, a **łącznie dotyczyła 38% skontrolowanych w toku wszystkich kontroli sklepów.** Ponadto liczba stwierdzonych naruszeń w poszczególnych placówkach sieci Kaufland, w których ujawniono występowanie przedmiotowych nieprawidłowości również nie była marginalna - łącznie bowiem, **odnosiła się do prawie ¼ wszystkich partii warzyw skontrolowanych w placówkach, w których stwierdzono nieprawidłowości** opisane w niniejszej decyzji.

Wskazać w tym miejscu jednakże należy, iż nieprawidłowości, które wykazane zostały w przykładowych kontrolach Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej, w ocenie Prezesa Urzędu w istocie stanowią konsekwencję zaniedbań o charakterze strukturalnym i systemowym, obejmującym szeroko pojmowany proces oznaczania krajem pochodzenia warzyw stosowany w całej sieci sklepów Kaufland w Polsce. Podkreślenia bowiem wymaga, iż w toku niniejszego postępowania Prezes UOKiK przeanalizował zakwestionowane nieprawidłowości również przez pryzmat funkcjonującego w Spółce systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw, a także wymagań nakładanych na pracowników w powyższym zakresie. Z punktu widzenia Prezesa UOKiK to właśnie obowiązujące w Spółce procedury stanowiły główne źródło opisanych w niniejszej decyzji nieprawidłowości, dlatego należało uznać, że przedmiotowe naruszenia mają charakter systemowy. W konsekwencji opisane w uzasadnieniu niniejszej decyzji przykłady naruszeń stanowią - w ocenie Prezesa UOKiK - jedynie wycinek negatywnych konsekwencji wadliwie funkcjonującego systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw w sklepach sieci Kaufland.

³³ Por. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 2 sierpnia 2018 r. sygn.. akt: II GSK 3321/16.

W toku niniejszego postępowania Spółka oświadczyła, że z uwagi na skalę swojej działalności oraz szeroką ofertę warzyw (i owoców), kontraktuje z dostawcami zarówno z Polski, jak i z innych państw. W przypadku niektórych produktów zamawiane są one zazwyczaj od polskich dostawców, jednak w razie braku danego produktu na rynku krajowym, Kaufland posiłkuje się dostawami produktów z zagranicy. W skrajnych przypadkach może to spowodować, że w różnych sklepach sieci Kaufland, działających w różnych regionach kraju, oferta warzyw (i owoców) może cechować się pewnymi różnicami, również w zakresie kraju ich pochodzenia. **Dane te w jednostkowych przypadkach nie zostają prawidłowo ujęte w systemie, co prostowane jest przez pracowników właśnie poprzez ręczną zmianę prezentowanej na etykiecie cenowej informacji odnośnie kraju pochodzenia produktu.** Dokonanie ręcznej zmiany jest przy tym konieczne ze względu na wcześniej stwierdzone podczas wykładania produktu na hali sprzedaży inne pochodzenie danej partii warzyw.

Ponadto na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę w toku postępowania wyjaśniającego, włączonych do niniejszego postępowania, Prezes UOKiK ustalił, że Kaufland stosuje scentralizowany system informacji o produktach oferowanych w sklepach Kaufland (w tym o kraju ich pochodzenia), którego elementem są elektroniczne etykiety cenowe dla warzyw - co przekłada się na automatyczną aktualizację informacji wyświetlanych na etykiecie cenowej, w zależności od partii produktu wystawionej na hali sprzedaży w sklepie.

Niemniej stosowany przez Kaufland sposób informowania konsumentów o pochodzeniu produktów, ze względu na konieczność przeniesienia informacji z opakowania zbiorczego produktu na elektroniczną etykietę cenową, zwiększa poziom ryzyka wystąpienia niezamierzonego błędu ludzkiego powodującego nieprawidłowości w zakresie zamieszczanych danych. Jak wskazała Spółka, umieszczanie informacji poza opakowaniem zbiorczym produktu implikuje ryzyko powstania wielu przypadków, w których może dojść do niezgodności informacji umieszczonej na etykiecie cenowej z informacją zamieszczoną na opakowaniu zbiorczym.

W oparciu o wyjaśnienia Kaufland Prezes Urzędu ustalił, że Spółka dokonała weryfikacji historycznych danych zapisanych w systemie, z których jednoznacznie wynika, że w przypadku każdego z produktów zakwestionowanych przez Inspekcję Handlową, pracownik danego marketu [***]. W związku z tym [***].

Zgodnie w przedstawionych przez Kaufland wyjaśnieniami, w przypadku ręcznej zmiany kraju pochodzenia produktu na etykiecie cenowej przez pracownika sklepu, [***]. W praktyce oznacza to, iż w przypadku zmiany partii towaru oferowanej w sklepie, pracownik powinien [***].

Ponadto, w przypadku dokonania ręcznej zmiany informacji o dostępnym produkcie, w gestii pracownika danego sklepu pozostaje przywrócenie na elektronicznej etykiecie cenowej danych zaciąganych z centralnego systemu. W praktyce, niedopatrzenie pracownika polegające na [***], może prowadzić do rozbieżności informacji prezentowanych na etykiecie cenowej z informacjami na opakowaniu zbiorczym produktu.

W świetle powyższego wskazać należy, że funkcjonujące w Spółce procedury nie gwarantują eliminacji nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw, bowiem pomimo wprowadzenia scentralizowanego systemu informacji o produktach oferowanych w sklepach Kaufland (w tym o kraju ich pochodzenia), błędy

w oznakowaniu warzyw przedmiotowymi informacjami powszechnie występują i nie można uznać, że mają charakter marginalny. Z uwagi na to, opisany powyżej proces oznaczania krajem pochodzenia warzyw na stoiskach sklepowych w placówkach sieci Kaufland w dużym stopniu zależny jest od czynności wykonywanych ręcznie przez pracowników sklepów, tym bardziej narażony na wystąpienie błędów ludzkich - co nie zostało zakwestionowane przez Spółkę.

Podkreślenia przy tym wymaga, iż Kaufland w toku postępowania, wskazała, że pomimo stosowania ww. scentralizowanego systemu oznaczania produktów - który w praktyce miał prowadzić do zminimalizowania ryzyka niedopatrzeń dotyczących informacji prezentowanych na etykietach cenowych produktów - elementem ww. systemu wymagającym dopracowania jest właśnie możliwość ręcznej zmiany przez pracownika sklepu cech przypisanych automatycznie (czyli centralnie) do danej partii produktów.

Spółka w piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. oświadczyła, że obecnie poszukuje dalszych usprawnień systemu, które pozwolą na wyeliminowanie tego rodzaju sytuacji, niemniej do dnia wydania niniejszej decyzji nie przedstawiła żadnych informacji wskazujących na to, że przedmiotowe zmiany zostały wprowadzone.

Ponadto zgodnie ze stanowiskiem Spółki, wyniki kontroli przeprowadzonych w I i II kwartale 2020 r. wskazują jedynie na nieumyślne i jednostkowe niedopatrzeń po stronie personelu, których zdaniem Kaufland w praktyce nie sposób całkowicie wyeliminować mając na uwadze skalę działalności Spółki oraz liczbę produktów w kategorii warzywa oferowanych konsumentom.

Nie można zaakceptować powyższej argumentacji Kaufland, jakoby fakt prowadzenia przez Spółkę działalności na dużą skalę, miał uzasadniać obniżenie standardów w zakresie uwidaczniania wymaganych prawem informacji na temat produktów, w tym znakowania krajem pochodzenia warzyw w sieciach handlowych, a także wykluczać możliwość wyeliminowania nieprawidłowości w tym zakresie.

Wskazać należy, iż w doktrynie wskazuje się, iż w świetle regulacji przyjętych w przepisach art. 355 kpc „*podmiot w zakresie prowadzonej działalności gospodarczej winien wykazać szczególną, czyli wyższą, niż tylko należyta staranność w działaniach z uwagi na zawodowy charakter działalności. Prowadzenie działalności profesjonalnej uzasadnia zwiększone oczekiwania co do umiejętności, wiedzy, skrupulatności takiego kontrahenta.*”³⁴ Ponadto, w uzasadnieniu do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 15 marca 2012 r. Sąd ten stwierdził, że „*W obrocie cywilnoprawnym tworzy się zatem wzorce (modele) staranności dla rozmaitych zachowań stron w stosunkach zobowiązaniowych i z nimi porównuje analizowany przypadek zachowania, będącego przedmiotem oceny, rozstrzygając o zgodności lub niezgodności zachowania z wzorcem. W razie braku zgodności, na skutek zachowania się zobowiązanego poniżej przeciętnych (ogólnych) wymagań określonych wzorcem, należy uznać za wypetnioną przesłankę niedochowania należytej staranności*”.³⁵

Wskazać w tym miejscu należy, iż na przedsiębiorcach prowadzących działalność gospodarczą polegającą na prowadzeniu sklepów sprzedających artykuły AKCU, tj. funkcjonującego w sektorze sprzedaży artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku, spoczywa szczególna odpowiedzialność za dbałość o poprawność przekazywanych

³⁴ A. Rzetecka -Gil, *Komentarz do niektórych przepisów kodeksu cywilnego*, Lex Online 2010;

³⁵ wyr. SN z 15.3.2012 r. , sygn. akt: [I CSK 330/11](#), vide: [www.sn.pl](#)

informacji dotyczących oferowanych produktów, gdyż stanowią one podstawę codziennego koszyka zakupowego przeciętnego konsumenta.

Podkreślenia wymaga, że działalność zawodowa Spółki koncentruje się na sprzedaży wielu produktów (m. in. warzyw) na dużą skalę ze względu na znaczną liczbę posiadanych sklepów oraz liczbę klientów, tym bardziej zatem Spółka powinna wykazać się większą skrupulatnością oraz dbałością o konsumenta. Błędy i omyłki pracowników sklepów są wpisane w ryzyko prowadzonej działalności i to Spółka ponosi całość ryzyka gospodarczego związanego z działaniami osób, które zatrudnia. Kaufland powinna dążyć do takiego zorganizowania systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw, aby był on maksymalnie efektywny i prowadził do wymaganych prawem celów. Jeśli zaś Spółka organizuje ww. system w sposób zależny bezpośrednio od czynnika ludzkiego, czyli od pracowników, to do jej obowiązków należy zarządzanie personelem, począwszy od kwestii zatrudnienia odpowiedniej ilości osób w zależności od potrzeb danego sklepu, po takie zorganizowanie czasu pracy, a także podział poszczególnych zadań przypisywanych pracownikom w taki sposób, aby praca mogła przynieść wymaganą efektywność oraz aby proces zmiany i weryfikacji etykiet zawierających informacje o pochodzeniu geograficznym warzyw przebiegał możliwie najsprawniej.

Mając powyższe na uwadze, wskazać należy, że zdaniem Prezesa UOKiK, uzasadnieniem występujących nieprawidłowości nie może być wyłącznie przrzucanie odpowiedzialności na pracowników, gdyż to Spółka jako przedsiębiorca odpowiada za właściwą organizację, tak, by proces wymiany etykiet zawierających informację o kraju pochodzenia przebiegał sprawnie i efektywnie, poprzez m.in. zapewnienie odpowiedniej ilości pracowników oraz efektywny podział obowiązków, a także stosowanie takiej procedury oznaczania krajem pochodzenia warzyw (i owoców), której realizacja umożliwi sprostanie wymogom obowiązujących przepisów w zakresie ochrony konsumentów, co w niniejszej sprawie nie miało miejsca.

Rozwiązania strukturalne i systemowe w tak dużej sieci sklepów, jakie prowadzi Kaufland, obejmują bowiem szeroko pojmowany proces organizacji m.in. systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw wymagają przemyślenia sposobu funkcjonowania sklepów, a na etapie realizacji - sprawdzenia możliwości obiektywnego wykonania ciężących na Spółce obowiązków w należyty sposób, a następnie dostosowywania czy wprowadzania zmian w systemie oznaczania produktów do panujących w poszczególnych sklepach warunków m.in. odnośnie poziomu zatrudnienia, monitorowania pojawiających się nieprawidłowości, czy też szerzej, dostosowywania sklepów do zmieniających się warunków rynkowych i oczekiwań grupy docelowej - konsumentów, a przede wszystkim wymogów prawnych.

Wobec powyższego dla stwierdzenia w niniejszym postępowaniu, że Spółka dopuszcza się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w związku z rozpowszechnianiem na dużą skalę nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw, bez znaczenia pozostaje okoliczność, że nieprawidłowości w zakresie oznakowania krajem pochodzenia wynikają z ww. błędów i omyłek poszczególnych pracowników, bowiem skutki złej organizacji pracy w sklepach sieci Kaufland obciążają Spółkę.

Co więcej, z uwagi na to, że działalność zawodowa Spółki koncentruje się na sprzedaży produktów codziennego użytku na dużą skalę pod względem ilości oferowanych produktów, tym bardziej zatem dbałość o konsumenta winna być większa, proporcjonalna do prowadzonej działalności. W ocenie Prezesa UOKiK, wnioski Kaufland prowadzące do próby

usprawiedliwiania wykazywanych w niniejszym postępowaniu naruszeń, są nie do zaakceptowania we współczesnych realiach gospodarczych, gdzie zasada wzajemnego poszanowania swoich praw i obowiązków zdaje się być motywem przewodnim w polityce handlowej przeciętnego przedsiębiorcy. W żadnej bowiem mierze nie można z góry stawiać założeń, że prowadzenie działalności na szerszą skalę i związany z tym zwiększony, szybko rotujący asortyment produktów w sklepie uzasadnia obarczenie konsumenta ryzykiem prowadzonej działalności gospodarczej i zmuszaniem konsumentów do wzmożonej uważności podczas robienia zakupów z uwagi na realną możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd w związku z przekazaniem nieprawdziwych informacji na wywieszkach udostępnionych na stoiskach warzywnych. Konsument, który takiej czujności nie zachowa, narażony jest bowiem na zakup produktów, których w rzeczywistości nie chciał nabywać.

Takie sytuacje są niedopuszczalne i nie można ich kwalifikować jako akceptowalne przez racjonalnego prawodawcę. Z całą stanowczością, nie są one akceptowalne przez Prezesa UOKiK. Prowadzą bowiem do obniżenia standardów ochrony konsumentów w naszym kraju, na co Prezes UOKiK nie może się zgodzić.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu ustalił, że opisane w sentencji niniejszej decyzji naruszenie przepisów ma charakter systemowy, zaś przypadki sygnalizowanych w kontrolach WIIH oraz w skargach konsumentów nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw wynikają z zaniedbania po stronie Spółki, w tym przede wszystkim nieprzystającej do możliwości organizacyjnych procedury oznaczania krajem pochodzenia warzyw stosowane w sieci sklepów Kaufland. Wskazać przy tym należy, iż w ocenie Prezesa Urzędu, opisane w uzasadnieniu niniejszej decyzji przykłady naruszeń, stanowią jedynie wycinek nieprawidłowości w zakresie oznaczania pochodzenia geograficznego warzyw, występujących w sklepach sieci Kaufland. Stwierdzone nieprawidłowości spowodowane błędami pracowników stanowią bowiem konsekwencje wadliwie funkcjonującego systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw.

Praktyki Spółki prowadzą do naruszenia **fundamentalnego dla konsumentów prawa do prawdziwej i rzetelnej informacji**, które może skutkować tym, iż nawet przeciętny konsument nie będzie w stanie wykorzystać swojej wiedzy, ostrożności, racjonalnego postrzegania rzeczywistości i rozpoznać grożącego mu niebezpieczeństwa w postaci bezprawnych działań profesjonalisty. W tak zakłóconych warunkach przeciętny konsument nie będzie miał możliwości podjęcia świadomej decyzji. Na skutek opisanych w niniejszej decyzji praktyki Spółki, dochodzi również do naruszenia ekonomicznych interesów konsumentów, którzy na skutek przekazywania nieprawdziwych informacji o pochodzeniu geograficznym warzyw, pozbawieni są świadomego wyboru, a w konsekwencji mogą podejmować decyzje rynkowe pod wpływem mylnego wyobrażenia o nabywanych produktach.

Podkreślenia w tym miejscu wymaga, iż naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez Kaufland, obejmujące także ogólną ocenę funkcjonowania systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw, wykazane zostało wieloma dowodami, które wzajemnie się uzupełniają i potwierdzają końcowe wnioski. Prezes UOKiK na poparcie swoich twierdzeń posiada informacje z licznych kontroli przeprowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowych w całej Polsce, które potwierdzają również sygnały konsumentów kierowane do Spółki dotyczące naruszeń występujących w sklepach sieci Kaufland.



Podkreślając zasadność przeprowadzenia postępowania i wydania decyzji w niniejszej sprawie, wskazać należy, iż Wojewódzcy Inspektorzy Inspekcji Handlowej nakładając na Kaufland administracyjne kary pieniężne na podstawie posiadanych kompetencji, wymierzali je za poszczególne pojedyncze naruszenia, jakie stwierdzali w toku przeprowadzonych kontroli. Dodatkowo wskazać należy, iż podstawą do nałożenia ww. sankcji było naruszenie regulacji z zakresu prawa żywnościowego, tj. przepisów unijnych dotyczących oznakowania żywności nakładających na przedsiębiorcę oferującego do sprzedaży warzywa obowiązek przekazywania prawdziwych informacji dotyczących ich pochodzenia, w tym m.in.: rozporządzenia 1169/2011 oraz rozporządzenia 178/2002, czy rozporządzenia 543/2011.

Wojewódzcy Inspektorzy Inspekcji Handlowej, wszczynając postępowania i nakładając kary na Kaufland z tytułu wprowadzenia do obrotu artykułów rolno-spożywczych nieodpowiadających jakości handlowej, swojej oceny dokonywali wyłącznie na bazie poszczególnych przypadków ukonkretnionych w toku oraz w ramach indywidualnych kontroli w wybranych placówkach należących sieci Kaufland, zlokalizowanych na terenie konkretnych województw.

Natomiast Prezes UOKiK, badając nieprawidłowości w zakresie oznaczania warzyw krajem pochodzenia, oceniał powszechnie występujące na rynku naruszenie w kategoriach praktyki, rozumianej jako działania Spółki wykonywane regularnie, powtarzające się pomimo przeprowadzanych przez WIIH licznych kontroli, a także skarg konsumentów napływających do samego Przedsiębiorcy i stale wskazujących na istniejące, nieprzemijające nieprawidłowości w rzetelnym oznakowaniu. Podkreślić należy, iż *„W doktrynie prawa ochrony konkurencji przyjmuje się, iż (praktyką) jest takie zachowanie przedsiębiorcy, które przybiera formę stałego postępowania. Jak wskazuje T. Skoczny, incydentalne, pojedyncze zachowania godzące w zbiorowe interesy konsumentów nie mogłyby być kwalifikowane, jako przedmiotowe praktyki.³⁶”*

W ramach niniejszego postępowania Prezes UOKiK dokonał analizy działań Spółki uznając, że wypełniają one przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr. Prezes UOKiK uznał, że z uwagi na występowanie licznych przypadków wprowadzania konsumentów w błąd w związku z rozpowszechnianiem nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw, konsumenci podejmowali lub mogli podejmować decyzje dotyczące umowy, których w innych wypadkach by nie podjęli. Gdyby bowiem posiadali prawdziwe informacje na temat ich rzeczywistego pochodzenia, wówczas mogliby zdecydować się na wybór innego produktu, lub zrezygnować z jego zakupu i udać się w tym celu do konkurencji.

Wskazać należy, iż przy ocenie, czy zarzucana Spółce praktyka może naruszać zbiorowy interes konsumentów należało wziąć pod uwagę to, czy może ona dotyczyć potencjalnie nieokreślonej z góry liczby konsumentów - co w niniejszej sprawie bez wątpienia miało miejsce. Wobec powyższego działania Spółki należało zakwalifikować jako nieuczciwą praktykę rynkową w kontekście naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Zaznaczyć należy, że różnica między postępowaniami prowadzonymi przez WIIH, a Prezesem UOKiK polegała na tym, że Wojewódzcy Inspektorzy Inspekcji Handlowej badali jedynie poszczególne przypadki naruszeń, a kary przez nich nakładane związane były

³⁶ R. Blichacz, K. Horubski, M. Pawełczyk [w:] Hauser (red.), *System Prawa Administracyjnego, Publiczne Prawo Gospodarcze, tom 8B, Ochrona konkurencji i konsumentów, art. 24*, Warszawa 2018;

z przekazywaniem nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia warzyw i możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd w powyższym zakresie w konkretnych sklepach sieci Kaufland w oparciu o wskazane przepisy prawa żywnościowego, bez odnoszenia tej sytuacji do skutków, jakie mogą wywoływać w zakresie zbiorowych interesów konsumentów, zaś Prezes Urzędu oceniał działania Spółki pod kątem możliwości wprowadzenia w błąd oraz wpływu tych działań na decyzje zakupowe konsumentów, tj. stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, a także w kontekście systemowego naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Reasumując - z **uwagi na różne cele prowadzonych postępowań i zakres chronionych interesów** - zasadnym było przeprowadzenie przez Prezesa Urzędu postępowania w niniejszej sprawie, a także zastosowanie stosownych sankcji przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wskazać przy tym należy, że podjęcie przez Prezesa Urzędu działań i wydanie przedmiotowego rozstrzygnięcia było konieczne w niniejszej sprawie. Jak bowiem pokazały wyniki kolejnych kontroli prowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej, liczba sklepów w których stwierdzono nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw utrzymywała się na bardzo wysokim poziomie, **a łącznie dotyczyła 38% skontrolowanych w toku wszystkich kontroli sklepów**. Ponadto liczba stwierdzonych naruszeń w poszczególnych placówkach sieci Kaufland, w których ujawniono występowanie przedmiotowych nieprawidłowości również nie była marginalna - łącznie bowiem, **odnosiła się do prawie ¼ wszystkich partii warzyw skontrolowanych w placówkach**, w których stwierdzono nieprawidłowości opisane w niniejszej decyzji.

W ocenie Prezesa UOKiK, zaobserwowane na rynku zjawisko nieprawidłowości w związku z przekazywaniem na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do sprzedaży warzyw nieprawdziwych informacji o ich pochodzeniu geograficznym, występujące jako konsekwencja stosowanego przez Kaufland systemu oznaczania krajem pochodzenia tych produktów, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową i stąd należało niniejsze postępowanie przeprowadzić. Wskazać przy tym należy, że to nie liczba faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich powszechność występowania, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów przez Spółkę.

Mając na uwadze wskazane wyżej okoliczności Prezes Urzędu uznając, że opisane działania Kaufland spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a także uwzględniając, że działania te naruszają również zbiorowy interes konsumentów, przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Propozycja zobowiązania złożona przez Spółkę

W toku postępowania Kaufland wniosła o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. We wniosku tym Spółka wniosła

o przyjęcie przez Prezesa Urzędu zobowiązania Kaufland do podjęcia działań polegających na:

1) podjęciu dodatkowych działań kontrolnych - przez okres co najmniej 18 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK - poprzez:

- utrzymywanie w każdym sklepie Kaufland obowiązkowej, codziennej kontroli prawidłowości informacji przedstawianych konsumentom w zakresie geograficznego pochodzenia warzyw. Codzienne kontrole miałyby polegać na weryfikacji zgodności informacji zamieszczonej na etykiecie cenowej produktu dotyczącej kraju jego pochodzenia z rzeczywistym krajem pochodzenia produktów umieszczonym na opakowaniu produktu. Kontrole miałyby być prowadzone przez imiennie wyznaczonych przez menagera marketu pracowników Kaufland w godzinach otwarcia danego sklepu.
- prowadzenie każdego dnia, w każdym markecie Spółki, przez menagera danego marketu Spółki, dodatkowych kontroli 20 losowo wybranych warzyw pod kątem prawidłowości oznaczenia tych produktów w zakresie ich geograficznego pochodzenia -przedmiotowa weryfikacja miałyby być raz w tygodniu prowadzona przez pracownika centrali Kaufland w ramach wizyty tego pracownika w danym markecie Spółki;

z ww. kontroli miałyby być sporządzany raport.

- zobowiązanie pracowników odpowiedzialnych za uzupełnianie towarów w sklepach, w każdym przypadku wyłożenia nowych partii warzyw na stoiska warzywne do kontroli zgodności informacji o pochodzeniu geograficznym zawartej na opakowaniu dokładanej partii towaru z informacjami zamieszczonymi na etykiecie cenowej (wywieszce).

2) Udzielenie przez Kaufland wsparcia rzeczowego przynajmniej 30 placówkom edukacyjnym (szkołom podstawowym lub ponadpodstawowym) w postaci bezpłatnych dostaw warzyw i owoców o łącznej wartości wynoszącej co najmniej **500 000 PLN**.

Alternatywnie względem powyższej propozycji, - udzielenie wsparcia rzeczowego w postaci bezpłatnych dostaw warzyw i owoców o łącznej wartości wynoszącej co najmniej **500 000 PLN**, do placówek:

- domów pomocy społecznej;
- domów dla matek z małoletnimi dziećmi i kobiet w ciąży (domów samotnej matki);
- placówek opiekuńczo-wychowawczych.

Z art. 28 uokik wynika, że Prezes Urzędu może wydać decyzję zobowiązującą w sytuacji łącznego spełnienia następujących przesłanek: uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz uznania przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

Należy podkreślić, że decyzja wydana na podstawie art. 28 uokik jest decyzją o charakterze uznaniowym, w związku z czym Prezes Urzędu nie ma obowiązku wydania

decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca. Z uwagi zatem powyższe, **Prezes Urzędu nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca.** W orzecznictwie podkreśla się, że *wybór konkretnej podstawy prawnej determinującej treść decyzji jest pochodną występującej w polskim prawie administracyjnym koncepcji swobodnego uznania administracyjnego. Według niej organ administracyjny ma swobodę w wyborze rodzaju decyzji*³⁷.

W ocenie Prezesa Urzędu, w przedmiotowej sprawie brak było podstaw do uwzględnienia wniosku Kaufland o wydanie decyzji zobowiązującej. Należy wskazać, że nie uwzględniając wniosku Spółki o wydanie decyzji zobowiązującej Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności rozstrzyganej sprawy, w tym materiał dowodowy zebrany w aktach postępowania, charakter zarzucanej Spółce praktyki zakres i stopień naruszenia przedsiębiorcy, jak również skutki uwzględnienia przedmiotowego wniosku. Wskazać należy, że stosowana przez Kaufland praktyka dotyczy artykułów żywnościowych - warzyw, tj. produktów stanowiących podstawę codziennego koszyka zakupowego przeciętnego konsumenta. Podkreślenia przy tym wymaga, że dla konsumentów coraz większe znaczenie ma to, skąd pochodzą nabywane przez nich produkty, dlatego informacja o kraju pochodzenia stanowi jeden z ważnych elementów wpływających na ich decyzje zakupowe. Ponadto nie można tracić z pola widzenia dużej skali praktyk Kaufland - Spółka jest bowiem właścicielem jednej z największych sieci detalicznych w Polsce, a w jej sklepach zaopatruje się znaczna część polskich konsumentów.³⁸ Z uwagi na powyższe zarzucana Spółce praktyka ma w ocenie Prezesa UOKiK szczególnie negatywny charakter.

Wskazać należy, że przywołane w niniejszej decyzji kontrole przeprowadzone przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej dają czytelny obraz stosowanej przez Kaufland praktyki. Pomimo bowiem, iż przedmiotowe kontrole WIIH dokonywane były wrywkowo i na ograniczonej próbie sklepów oraz partii warzyw oferowanych w sieci sklepów Kaufland, stwierdzone w ich toku nieprawidłowości pozwoliły w ocenie Prezesa UOKiK na zidentyfikowanie problemu związanego z powszechnie występującymi przypadkami błędnego oznaczania krajem pochodzenia warzyw, który stanowi konsekwencję nieprawidłowo funkcjonującego systemu oznaczania tych produktów informacjami o kraju pochodzenia, stosowanego w całej sieci sklepów Kaufland w Polsce.

Kontrole prowadzone przez organy Inspekcji Handlowej w okresie 2020 - 2021 r. miały na celu zweryfikowanie prawidłowości oznakowania krajem pochodzenia warzyw (i owoców) w placówkach do sieci Kaufland. Podkreślenia wymaga, iż przedmiotowe kontrole objęły **31,5%** wszystkich sklepów należących do Spółki, co w ocenie Prezesa Urzędu pozwoliło na wyciągnięcie wiarygodnych wniosków w kwestii poziomu nieprawidłowości występujących ww. placówkach w zakresie wprowadzania w błąd co do kraju pochodzenia warzyw. Mając natomiast na uwadze, iż w toku przedmiotowych kontroli przypadki stwierdzonych w niniejszej decyzji naruszeń dotyczyły **27 z 71 skontrolowanych sklepów sieci Kaufland, tj. 38% wszystkich skontrolowanych w ramach przedmiotowych kontroli placówek należących do Kaufland, zaś nieprawidłowości występowały prawie w ¼ sprawdzonych w ww. sklepach partii warzyw (24,7%),**³⁹ nie sposób było uznać, że mają one marginalny czy incydentalny charakter. Podkreślenia przy tym wymaga, iż pomimo solennych deklaracji

³⁷ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 15 maja 2014 r., sygn. akt VI ACa 1356/13.

³⁸ <https://www.money.pl/gospodarka/nie-tylko-biedronka-te-sieci-handlowe-gonia-giganta-6655880469269056a.html>.

³⁹ weryfikacji poddano łącznie 215 partii warzyw, nieprawidłowości stwierdzono w przypadku 53 partii.

Kaufland o tym, że Spółka dotrzymuje należytych standardów ochrony interesów konsumentów oraz podejmuje stosowne działania w celu zminimalizowania stwierdzanych naruszeń, kolejne kontrole wskazywały, iż w sklepach należących do Spółki powszechnie dochodzi do nieprawidłowości w zakresie przekazywania błędnych informacji o pochodzeniu geograficznym warzyw na wywieszkach umieszczonych bezpośrednio przy poszczególnych partiach produktów, wykładanych na stoiskach sklepowych. Wskazać należy, iż w toku dodatkowych kontroli przeprowadzonych przez WIIH w sklepach sieci Kaufland w dniu 6 maja 2021 r., występowanie nieprawidłowości w powyższym zakresie stwierdzono **w prawie połowie (43,8%)⁴⁰ skontrolowanych w tym czasie placówek**, zaś przypadki wprowadzenia konsumentów w błąd **dotyczyły prawie ¼ skontrolowanych w tych sklepach partii (23,8%)**. Przedmiotowe liczby wskazują, że odsetek stwierdzonych nieprawidłowości był zatem wyższy, niż odsetek ujawniony w toku pierwszej z przytoczonych w niniejszej decyzji kontroli, przeprowadzonej w I kwartale 2020 r.⁴¹ W świetle powyższego, nie można uznać, iż Spółka podjęła efektywne działania zmierzające do poprawienia sytuacji w zakresie informowania konsumentów o pochodzeniu geograficznym oferowanych do sprzedaży warzyw do takiego stopnia, aby można było mówić o tym, że przypadki wprowadzania w błąd mają marginalny i incydentalny charakter.

Podkreślenia wymaga, iż zobowiązanie Kaufland wpłynęło w dniu 5 maja 2021 r. (przed rozpoczęciem kontroli przez WIIH) - niemniej informacja o tym, że Spółka planuje złożyć stosowną propozycję zobowiązania, przekazana została w piśmie z dnia 31 grudnia 2020 r. Wskazać przy tym należy, że Kaufland w toku postępowania nie przedstawiła żadnych szczegółowych informacji na temat działań, które zamierza podjąć w celu zminimalizowania ilości stwierdzanych nieprawidłowości (np. poprzez wdrożenie zmian w systemie oznaczania produktów państwem pochodzenia).

Natomiast zaproponowane przez Spółkę rozwiązania opisane w pkt 1) powyżej, niejako pokrywają się z dotychczas wprowadzonymi rozwiązaniami nakierowanymi na poprawienie systemu przekazywania informacji o pochodzeniu geograficznym warzyw. Kaufland w piśmie z dnia 30 grudnia oświadczyła bowiem, iż oznaczanie warzyw krajem pochodzenia zostało objęte dodatkowymi wewnętrznymi kontrolami. Kaufland wyjaśniła przy tym, że zgodnie z wytycznymi dla pracowników, po wymianie i kontroli etykiet cenowych (wywieszek) wyznaczony przez menedżera marketu imiennie pracownik codziennie dokonuje weryfikacji 100% oznaczeń na etykietach cenowych wystawionych do sprzedaży warzyw (i owoców) w kwestii ich zgodności ze stanem faktycznym. Ponadto, Kaufland oświadczyła, że celem eliminacji jednostkowych niedopatrzeń, wdrożyła szczególne środki ostrożności w postaci dodatkowej weryfikacji oznaczeń 20 losowo wybranych warzyw i owoców. W pierwszej kolejności wyżej wymieniona dodatkowa kontrola jest przeprowadzana każdego dnia przez menedżera marketu, w razie jego nieobecności przez kierownika dnia lub innego wyznaczonego pracownika. Kolejne etapy kontroli przeprowadzane są odpowiednio przez [***]. Spółka wyjaśniła ponadto, że poza ww. procedurami pracownicy Kaufland zobowiązani są do weryfikacji faktycznego kraju pochodzenia warzyw (i owoców) na miejscu, w danym sklepie sieci Kaufland.

⁴⁰ Nieprawidłowości stwierdzono w 14 z 32 skontrolowanych w tym okresie placówek.

⁴¹ Gdzie nieprawidłowości dotyczyły 42,9% skontrolowanych sklepów i zostały stwierdzone w przypadku 20,6% skontrolowanych w tych sklepach partii warzyw.

Biorąc pod uwagę powyższe wyjaśnienia Spółki, podkreślenia wymaga, iż zaproponowane przez Kaufland we wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej rozwiązania w istocie odpowiadają tym, które Spółka dotychczas wdrożyła - zgodnie z przedstawionymi w toku niniejszego postępowania wyjaśnieniami. Mając natomiast na względzie wyniki przytoczonych powyżej, kolejnych kontroli WIIH, nie sposób uznać, iż przedmiotowe rozwiązania przyniosły pożądane rezultaty w zakresie poprawy rzetelności przekazywanych informacji o pochodzeniu geograficznym warzyw w sklepach sieci Kaufland.

Podkreślenia przy tym wymaga, iż kontrole przeprowadzone w dniu 5 maja 2021 r. ujawniły, iż w sklepach sieci Kaufland dochodzi do przypadków nieprawidłowości związanych z przekazywaniem na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących państwa pochodzenia (odbiegających od informacji podanych na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym, bądź w dokumentach dostawy) również w przypadku partii owoców. Wprawdzie ww. produkty nie zostały objęte treścią stawianego Spółce w niniejszym postępowaniu zarzutu, niemniej stwierdzone w toku ww. kontroli WIIH nieprawidłowości w zakresie oznakowania owoców jedynie potwierdzają, że błędne oznaczanie informacjami o kraju pochodzenia stanowi w dalszym ciągu istotny, nierozwiązany problem w sklepach całej sieci Kaufland. Biorąc natomiast pod uwagę możliwości i zasoby, jakimi dysponuje Spółka, należałoby oczekiwać, że podjęte przez nią działania doprowadzą do istotnego ograniczenia liczby przypadków wprowadzania w błąd co do kraju pochodzenia warzyw i owoców, w takim stopniu, aby rzeczywiście można było mówić o ich incydentalnym, czy marginalnym charakterze - co w niniejszej sprawie nie miało miejsca.

W odniesieniu natomiast do propozycji Spółki opisanej w pkt 2) wskazać należy, że liczba placówek, przekładająca się na wysokość przysporzenia zaproponowanego przez Spółkę w ramach złożonego zobowiązania, jest w ocenie Prezesa Urzędu nieadekwatna do rozmiaru i charakteru zarzucanej Kaufland praktyki, a także do możliwości finansowych Spółki.

Z powyższych względów, w ocenie organu ochrony konsumentów, niecelowym jest korzystanie w analizowanej sytuacji z instrumentu przewidzianego w art. 28 ust. 1 i 2 uokik. Wydanie decyzji zobowiązującej musi bowiem służyć realizacji głównego celu działania Prezesa UOKiK, jakim jest ochrona interesu publicznego, który w przypadku wydania decyzji, o jaką wnioskuje przedsiębiorca, nie byłby należycie chroniony.⁴² Należy bowiem wskazać, iż ostateczne rozstrzygnięcie powinno być zgodne nie tyle z interesem przedsiębiorcy, co przede wszystkim z interesem konsumentów. Jednym z głównych celów niniejszego postępowania jest jak najszybsze usunięcie negatywnych praktyk z rynku AKCU, a także przyczynienie się do tego, aby transakcje zakupowe dokonywane przez konsumentów wolne były od podobnego typu praktyk oraz prowadzone były w oparciu o obowiązujące przepisy prawa, nie zaś w oparciu o procedury obowiązujące w Spółce, bez obciążania konsumentów negatywnymi następstwami wynikającymi z tych procedur.

Wobec powyższego, zdaniem Prezesa Urzędu, w rozpatrywanej sprawie, zasadne jest nałożenie na Spółkę kary pieniężnej, co nie byłoby możliwe w decyzji wydanej na podstawie art. 28 uokik.

⁴² A.Doering, *Decyzje zobowiązujące kończące postępowania w sprawach dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz w sprawach dotyczących praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, Dodatek do Monitora Prawniczego Nr 8/2010, s. 44.

Ad pkt II Rozstrzygnięcie o karze pieniężnej

W pkt II sentencji niniejszej decyzji Prezes UOKiK nałożył na Kaufland karę pieniężną na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik. Zgodnie z tym przepisem kara pieniężna może być nałożona w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z powołanego przepisu wynika, że kara pieniężna za naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu.

Stanowisko doktryny również potwierdza te okoliczności. Wskazać należy, iż „kara pieniężna może być nałożona - w trybie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik - za sam fakt naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Możliwość nałożenia kary pieniężnej nie jest uzależniona od tego, czy przedsiębiorca miał zamiar stosowania ww. praktyk, czy też dopuścił się tych praktyk nieumyślnie, nie mając świadomości, że postępuje w sposób sprzeczny z prawem lub dobrymi obyczajami. Tym samym, podstawą do nałożenia kary pieniężnej nie jest wina, w tym wina umyślna. Konstrukcja tego przepisu opiera się na uznaniu administracyjnym. Jednakże umyślność w zachowaniu przedsiębiorcy, czy też osiągnięcie znacznych korzyści ze stosowanych praktyk lub znaczny zasięg terytorialny stwierdzonych naruszeń, które dotyczą większej liczby konsumentów, może być powodem do tego, że Prezes UOKiK może zdecydować się na skorzystanie z sankcji określonej w art. 106 ust. 1 uokik.”⁴³

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne skorzystanie z przysługującego mu na mocy przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej na Kaufland za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Zdaniem Prezesa UOKiK, okoliczności niniejszej sprawy wskazują na celowość zastosowania tego środka represji.

Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej.

W ocenie Prezesa UOKiK w niniejszej sprawie wymiarzenie kary pieniężnej jest zasadne z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Należy mieć na względzie okoliczności, iż stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej ma miejsce w stosunku do wszystkich potencjalnych klientów sklepów sieci Kaufland należącej do Spółki. Specyfika naruszeń - długotrwałość i dopuszczanie się ich w sposób systemowy - sprawia, że są one szczególnie szkodliwe i wywołują negatywne skutki w odniesieniu do ekonomicznych oraz pozaekonomicznych interesów konsumentów. Nałożenie kary pieniężnej służyć będzie zatem jako środek odstraszcający Kaufland od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Rozstrzygnięcie o karze ma

⁴³ M. Mamczarek, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, 2019, Legalis,

również być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kara pieniężna spełni również funkcję represyjną, to znaczy stanowić będzie dolegliwość dla strony niniejszego postępowania uzasadnioną stwierdzeniem naruszenia interesów konsumentów.

Umyślność lub nieumyślność działania przedsiębiorcy

W pierwszej kolejności należy zbadać, czy naruszenie przepisów przez Kaufland było zawinione. Sprawdzić należy, czy przedsiębiorca miał świadomość, że swoim zachowaniem narusza zakaz stosowania praktyk godzących w zbiorowy interes konsumentów, czy też jako profesjonalny uczestnik obrotu mógł (powinien był) taką świadomość mieć.⁴⁴ Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 uokik.

W zakresie nieumyślnych form winy w prawie polskim rozróżnia się lekkomyślność i niedbalstwo. W klasycznym ujęciu **lekkomyślność** (*luxuria*) polega na tym, że sprawca, który nie ma zamiaru popełnienia czynu zabronionego, przewiduje, że jego zachowanie się może wypełnić znamiona takiego czynu, jednakże przypuszcza - choć bezpodstawnie - że tego uniknie. **Niedbalstwo** (*negligentia*) natomiast polega na tym, iż sprawca wprowadzając nie przewiduje możliwości popełnienia czynu zabronionego, ale powinien i mógł to przewidzieć.⁴⁵ W ocenianym przypadku mamy zatem do czynienia z formą nieumyślności w postaci niedbalstwa przedsiębiorcy.

Z tego względu nakładając karę pieniężną, Prezes UOKiK uwzględnił całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na niedbalstwo przedsiębiorcy - co za tym idzie na nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

W zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wskazujących na wyraźną intencję Kaufland naruszenia ww. interesów, nie ma natomiast wątpliwości, że nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw wynikają wadliwie funkcjonującego w sklepach sieci Kaufland systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw, w znacznym stopniu uzależnionego od czynności wykonywanych ręcznie przez pracowników sklepów (co stwarza duże ryzyko wystąpienia błędów ludzkich), a także organizacji pracy pracowników, ich przeszkolenia, systemu nadzoru oraz narzędzi, jakie pracownicy otrzymują przy wykonywaniu swoich obowiązków. Biorąc jednakże pod uwagę skalę uchybień, którą ujawniły kontrole przeprowadzone przez WIIH, nie można zgodzić się z twierdzeniem, że ww. nieprawidłowości nie mają charakteru systemowego i występują incydentalnie. Co więcej, odpowiedzialność za przedmiotowe nieprawidłowości spoczywa na Kaufland, bowiem to Spółka ponosi w całości ryzyko za działania - a w konsekwencji także za błędy i omyłki zatrudnionych przez nią osób.

Wskazać w tym miejscu należy, iż na przedsiębiorcach prowadzących działalność gospodarczą polegającą na prowadzeniu sklepów sprzedających artykuły AKCU, tj. funkcjonującego w sektorze sprzedaży artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku, spoczywa obowiązek dbania o poprawność przekazywanych informacji dotyczących

⁴⁴ Por. uzasadnienie wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 kwietnia 2011 r., sygn. akt: III SK 45/10;

⁴⁵ Andrzej Marek, *Komentarz do art. 9 kodeksu karnego*, Lex online 2010;

oferowanych produktów, gdyż stanowią one podstawę codziennego koszyka zakupowego przeciętnego konsumenta.

Z powyższego wynika zatem, iż Kaufland, jako podmiot profesjonalnie zajmujący się prowadzeniem sklepów sprzedających produkty AKCU, powinna wykazać się szczególną dbałością o właściwe oznakowanie oferowanych produktów, w tym informacjami o kraju pochodzenia warzyw.

W związku z powyższym, zebrane w toku niniejszego postępowania informacje wskazują na nieumyślne działanie Spółki. Przy czym - jak już powyżej wskazano - samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik.

Zasady kalkulacji kary

Stosownie do art. 106 ust. 3 pkt 1 uokik obrót, o którym mowa w art. 106 ust. 1 uokik, oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.

Podstawą obliczenia wysokości kary w niniejszym postępowaniu stanowi potwierdzony w sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy obejmujący okres od 1 marca 2020 r. do 28 lutego 2021 r. obrót Spółki, który wyniósł 11.070.787.000,00 zł (słownie: jedenaście miliardów siedemdziesiąt milionów siedemset osiemdziesiąt siedem tysięcy złotych). Maksymalny wymiar kary, jaką można nałożyć na przedsiębiorcę, na podstawie przepisów uokik, wynosi 1.107.078.700,00 zł - tj. 10% całkowitego obrotu osiągniętego przez Kaufland.

W tym miejscu podkreślenia wymaga, iż Prezes UOKiK, mając na względzie wytyczne określone w przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wezwał Spółkę do przedstawienia danych niezbędnych do ustalenia maksymalnego wymiaru kary pismem z dnia 21 października 2021 r.

W odpowiedzi na wezwanie, Kaufland w piśmie z dnia 2 listopada 2021 r. wskazała, że rok obrotowy Spółki nie pokrywa się z rokiem kalendarzowym i obejmuje okres od 1 marca danego roku do 28 lub 29 lutego roku następnego oraz że sprawozdanie finansowe Spółki za rok obrotowy 2020/2021 kończący się 28 lutego 2021 r., nie zostało jeszcze zatwierdzone. Z informacji pochodzących z Krajowego Rejestru Sądowego wynika natomiast, że Kaufland w dniu 9 grudnia 2021 r. złożyła zatwierdzone sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2020/2021.

Ustalenie wysokości kary pieniężnej ma charakter wieloetapowy. Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej należy uwzględnić w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz uprzednie naruszenie przepisów uokik, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów uokik, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik). Na tej podstawie ustalona zostaje kwota bazowa.

W dalszej kolejności należy rozważyć - stosownie do art. 111 ust. 2 uokik - czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary. Okolicznościami łagodzącymi, wskazanymi w art. 111 ust. 3 pkt 2 uokik są

w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem UOKiK w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

Okoliczności naruszenia zostały już opisane szczegółowo wcześniej w niniejszej decyzji. Kwestionowane działanie dotyczy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw oferowanych w sklepach sieci Kaufland należących do Spółki, poprzez przekazywanie konsumentom na wywieszkach uwidocznionych w miejscu przeznaczonym do ich sprzedaży nieprawdziwych informacji dotyczących kraju pochodzenia.

Podkreślenia wymaga, że zarzucana Spółce praktyka dotyczy żywności, czyli artykułów konsumpcyjnych codziennego użytku, stanowiących podstawę codziennego koszyka zakupowego przeciętnego konsumenta. Biorąc natomiast pod uwagę pozycję rynkową Spółki związaną z ogromną skalą działalności na terenie całego kraju, krąg konsumentów potencjalnie narażonych na skutki jej stosowania jest bardzo duży.

Podkreślenia wymaga, iż prawo konsumenta do prawdziwej i rzetelnej informacji o nabywanych produktach, w tym warzywach, wynika z przepisów prawa. Wskazać w tym miejscu należy, że w ww. przepisach dotyczących oznaczania żywności wielokrotnie podkreślano, iż konsument, musi dysponować prawdziwą i rzetelną informacją o kraju pochodzenia produktów, wobec czego zakazane jest stosowanie jakichkolwiek praktyk mogących wprowadzać konsumenta w błąd w powyższym zakresie.

Dodatkowo na to, że informacje o kraju pochodzenia nabywanych produktów są relewantne z punktu widzenia konsumentów, wskazano wprost w przepisach dyrektywy 2005/29 - w treści jej art. 6 ust. 1, zgodnie z którym, praktykę handlową uznaje się za wprowadzającą w błąd, jeżeli zawiera ona fałszywe informacje i w związku z tym jest niezgodna z prawdą lub w jakikolwiek sposób, w tym poprzez wszystkie okoliczności jej prezentacji, wprowadza lub może wprowadzić w błąd przeciętnego konsumenta, nawet jeżeli informacje te w odniesieniu do jednego lub większej liczby wymienionych niżej elementów są zgodne z rzeczywistością, i która w każdym przypadku powoduje lub może spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął, w tym dotyczącą m.in. pochodzenia geograficznego produktu (lit b). Tym samym prawodawca unijny wyraźnie wyróżnił jako praktykę mogącą chociażby potencjalnie wprowadzać konsumenta w błąd właśnie przekazywanie nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego.



W ocenie Prezesa Urzędu, konsumenci sugerując się informacjami przekazywanymi na wywieszkach, mogli podejmować decyzje dotyczące zakupu warzyw oferowanych w sklepach należących do Spółki, których nie podjęliby, gdyby wiedzieli, jaki jest ich rzeczywisty kraj pochodzenia. W rezultacie błędne oznaczenie państwa pochodzenia warzyw na wywieszce prowadzi do sytuacji, w których decyzja konsumentów dotycząca skorzystania z oferty Kaufland podejmowana jest - lub chociażby potencjalnie może zostać przez niego podjęta - w wyniku posiadania nieprawdziwej informacji. W szczególności dotyczyć to może produktów, które na wywieszce zadeklarowane zostały jako polskie, natomiast w rzeczywistości pochodzą z innych krajów. Podkreślenia wymaga, że znaczna część spośród wszystkich nieprawidłowości dotyczyła warzyw, które są zarówno uprawiane w Polsce, jak również - ze względu na zbliżone warunki klimatyczne - w innych krajach europejskich, np. ziemniaki, pomidory, marchew. Powyższe ma o tyle istotne znaczenie, że konsumenci, którzy chcąc wspierać polską gospodarkę i rolnictwo oraz nabywać lokalną żywność, niesprowadzaną z zagranicy, sugerują się informacjami przekazywanymi przez Kaufland i sięgają po warzywa, które faktycznie pochodzą z importu. W tych przypadkach konsumenci, dysponując rzetelną informacją, być może zdecydowałiby się na wybór innego produktu lub w ogóle zrezygnowaliby z zakupu w sklepie sieci Kaufland, a być może mając możliwość świadomego podjęcia decyzji, wybraliby pierwotnie wybrany produkt (pomimo, że ten produkt nie pochodził z Polski, jednak konsumenci dysponowałiby informacjami na ten temat).

Niezależnie jednak od powyższego wskazać należy, iż w ocenie Prezesa UOKiK, **każdy przypadek działań Spółki polegających na przekazywaniu nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia geograficznego warzyw stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, niezależnie od tego, czy rozbieżność między wywieszką, a etykietą na opakowaniu zbiorczym lub jednostkowym dotyczy polskich, czy zagranicznych produktów. W każdym bowiem przypadku istniejącej rozbieżności w powyższym zakresie, podana informacja jest błędna i nieprawdziwa. Każda z opisanych sytuacji stanowi naruszenie wskazanych wyżej przepisów, a ponadto ma zdolność wpływania na decyzje zakupowe konsumentów. Inaczej bowiem konsument zachowa się, gdy jest pewien, że informacja na temat pochodzenia jest prawdziwa, a inaczej, kiedy musi na przedmiotowe informacje bardziej uważać i wymaga to od niego większej czujności na zakupach (w obu przypadkach rozbieżności). W każdej z opisanych wyżej sytuacji zostaje narażony na niedogodności wykonania dodatkowych czynności i utraty czasu, które nie powinny go dotyczyć. Konsumenci, nie mając natomiast świadomości, że w sklepach sieci Kaufland produkty nie są rzetelnie oznakowane, co naraża ich na realne ryzyko, że zostaną wprowadzeni w błąd, dokonują zakupów w placówkach należących do Spółki - z czego mogliby jednak zrezygnować, wiedząc, że zmuszeni będą do dokonywania dodatkowych czynności w trakcie zakupów w postaci każdorazowej weryfikacji informacji o kraju pochodzenia i porównywania informacji zawartych na wywieszkach z informacjami na opakowaniu zbiorczym/jednostkowym. Powyższe prowadzi do naruszenia ekonomicznych interesów konsumentów i przekłada się na uzyskiwane przez Kaufland korzyści finansowe kosztem konsumentów podejmujących swoje decyzje pod wpływem mylnego wyobrażenia o nabywanych warzywach z uwagi na nieprawdziwą informację na temat ich kraju pochodzenia.**

Zaznaczyć również należy, iż występowanie rozbieżności polegających na wskazywaniu nieprawdziwych informacji na temat pochodzenia polskich warzyw, nie przeczy naruszeniom wykazanym w zaskarżonej decyzji, a jedynie potwierdza, że oba rodzaje rozbieżności mają tę samą przyczynę - nieprawidłowo funkcjonujący system oznaczania

krajem pochodzenia warzyw oraz złą organizacją pracy. Co więcej, w ocenie Prezesa UOKiK, niedopuszczalne jest przerzucanie odpowiedzialności za te niezgodności na pracowników, którzy realizują jedynie narzucone im obowiązki w miarę możliwości czasowych i zasobowych. Za ich organizację pracy, przeszkolenie, system nadzoru oraz narzędzia, jakie otrzymują do wykonywania powierzonych im obowiązków, wyłączną odpowiedzialność ponosi pracodawca, a więc Spółka.

Okres trwania naruszenia

Prezes UOKiK ustalając okres trwania naruszenia opisanego w punkcie I sentencji decyzji przyjął, iż zarzucana Kaufland praktyka stosowana jest przynajmniej od dnia 17 lutego 2020 r., tj. od daty pierwszej kontroli, której wyniki potwierdziły występowanie nieprawidłowości w zakresie wprowadzania w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw w sklepach sieci Kaufland - przeprowadzonej przez Dolnośląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej we Wrocławiu (wyniki ww. kontroli przytoczone zostały na s. 6 uzasadnienia niniejszej decyzji).

Podkreślić należy, iż w oparciu o dokumenty przekazane przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej należało ponadto stwierdzić, że praktyka stosowana przez Kaufland **ma długotrwały charakter**, bowiem jak pokazały wyniki kolejnych prowadzonych przez organy WIIH kontroli, nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw występowały przynajmniej w okresie od lutego 2020 r. do maja 2021 r., tj. okresie przeprowadzenia ostatniej kontroli przez organy WIIH (w dniu 6 maja 2021 r.). Wskazać należy, że pomimo, iż ostatnia kontrola została zakończona w maju 2021 r., na moment wydania niniejszej decyzji nie jest możliwe uznanie, że Spółka zaniechała zarzucanej jej praktyki. W związku z tym, przyjmując czas trwania praktyki co najmniej od lutego 2020 r. do dnia wydania niniejszej decyzji (a więc czas powyżej roku), należy uznać, iż praktyka ta miała charakter długotrwały.

Stopień i skutki naruszenia (z uwzględnieniem natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy będącej przedmiotem naruszenia i specyfiki rynku)

Przy ustaleniu kwoty bazowej należy rozważyć wagę omawianego naruszenia, która również winna być ustalana przez pryzmat szkodliwości danego naruszenia oraz skutków, które powoduje.

Z okoliczności przedstawionych w uzasadnieniu do stawianego Spółce zarzutu wynika, że świadomość konsumentów w zakresie spożywanej przez nich żywności systematycznie wzrasta, co przekłada się na ich codzienne decyzje zakupowe. Prowadzone badania wykazują, że dla konsumentów coraz większe znaczenie ma to, skąd pochodzą nabywane przez nich produkty, a informacja o kraju pochodzenia stanowi jeden z kluczowych elementów wpływających na wybór konsumenta⁴⁶. Ponadto badania pokazują, że

⁴⁶ na co wskazało aż 70% respondentów uczestniczącym w badaniu konsumenckim przeprowadzonym przez Stowarzyszenie PEMI w 2020 r. https://590powodow.pl/wp-content/uploads/2020/04/590Powodow_Covid_Konsumentci.pdf (link z dnia 2.04.2020 r.).

zdecydowana większość konsumentów (76% osób biorących udział w Badaniu Ipsos⁴⁷) wolałaby wybrać produkt polski, od zagranicznego.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes UOKiK uwzględnił okoliczność, że wskutek działań Kaufland konsumenci zostają pozbawieni rzetelnej informacji o pochodzeniu geograficznym warzyw oferowanych do sprzedaży w sklepach sieci Kaufland, przy czym mylne wyobrażenie w tym zakresie mogło mieć wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej zakupu, której w przeciwnym razie by nie podjęli. Uznać bowiem należy, że konsumenci rzetelnie poinformowani o prawdziwym kraju pochodzenia, być może wybraliby inny produkt lub zrezygnowali z zakupu i udali się do innego sklepu. W szczególności ma to znaczenie w przypadku produktów oznaczanych jako polskie, które w rzeczywistości pochodzą z innych krajów, które, jak pokazują przedstawione powyżej badania, są chętniej wybierane przez konsumentów. W rezultacie działań Spółki związanych z nieujawnianiem faktycznego kraju pochodzenia warzyw, konsumenci podejmują natomiast decyzję o skorzystaniu z oferty Kaufland. Wobec powyższego kwestionowana praktyka narusza zarówno ekonomiczne, jak i pozaekonomiczne interesy konsumentów.

Wskazać przy tym należy, że Spółka jest właścicielem jednej z większych sieci detalicznych w Polsce, a w jej sklepach zaopatruje się duża część polskich konsumentów. Powyższe świadczy o skali i zasięgu działalności Kaufland, a także o tym, że potencjalnie każdy konsument może zostać narażony na konsekwencje stosowanej przez Spółkę praktyki. Powyższa okoliczność również została wzięta pod uwagę przy ocenie skutków dokonanego przez Kaufland naruszenia.

Prezes Urzędu wziął również pod uwagę charakter oferowanych przez Kaufland produktów, z którym związana jest praktyka Spółki. Wskazać bowiem należy, iż warzywa to artykuły spożywcze pierwszej potrzeby, powszechnie nabywane przez konsumentów. Tym samym przy ustaleniu kwoty bazowej konieczne było uwzględnienie przymiotu niezbędności oferowanego przez Spółkę produktu do funkcjonowania przeciętnego konsumenta.

Wskazać przy tym należy, że wyniki kolejnych kontroli prowadzonych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej, liczba sklepów w których stwierdzono nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw utrzymywała się na wysokim poziomie, a łącznie dotyczyła 38% skontrolowanych w toku wszystkich kontroli sklepów i 12% wszystkich spośród 225 sklepów należących do sieci Kaufland. Ponadto liczba stwierdzonych naruszeń w poszczególnych placówkach sieci Kaufland, w których ujawniono występowanie przedmiotowych nieprawidłowości również nie była marginalna - łącznie bowiem, odnosiła się do prawie ¼ wszystkich partii warzyw skontrolowanych w placówkach, w których stwierdzono nieprawidłowości opisane w niniejszej decyzji.

Z uwagi na powyższe, Prezes UOKiK ocenił, iż stopień naruszenia przez Kaufland przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **jest znaczny**.

Ponadto, Prezes UOKiK biorąc pod uwagę, że w niniejszej sprawie do materiału dowodowego załączone zostały protokoły z kontroli przeprowadzanych przez Wojewódzkich Inspektorów Inspekcji Handlowej, w których nałożone zostały na Spółkę kary finansowe w oparciu o inne przepisy niż przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przedmiotowa okoliczność została uwzględniona przez Prezesa Urzędu przy kalkulowaniu kwoty bazowej i ustaleniu jej w niższej wysokości. Niemniej należy po raz

⁴⁷ źródło: https://www.ptbriio.pl/k16/files/k16_moda_na_polskosc_ipsos.pdf (link z dnia 2.04.2020 r.).

kolejny podkreślić, że przedmiotowe kary nakładane były wyłącznie za poszczególne stwierdzone w toku kontroli nieprawidłowości w zakresie oznaczania krajem pochodzenia warzyw. Sankcja nałożona przez Prezesa UOKiK na Kaufland na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, stanowi natomiast karę za systemowe naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, w istocie wynikające z zaniedbań o charakterze strukturalnym prowadzących do wadliwości funkcjonującego w sklepach sieci Kaufland systemu oznaczania krajem pochodzenia warzyw - co jednoznacznie wynika z ustaleń poczynionych przez Prezesa Urzędu, w szczególności w oparciu o wyjaśnienia przedstawione przez Spółkę.

Wyliczenie kwoty bazowej kary

Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, ustalono kwotę bazową kary na poziomie [***]% obrotu uzyskanego przez przedsiębiorcę, co stanowi kwotę w wysokości [***] zł.

Okoliczności łagodzące i obciążające

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.

W przypadku stosowanej przez Kaufland praktyki występuje przesłanka znacznego zasięgu terytorialnego naruszeń i ich skutków, co wynika przede wszystkim to z systemowego charakteru praktyki i ze znacznego zasięgu terytorialnego działalności Spółki na terenie Polski. Kaufland posiada co najmniej 225 sklepów na terenie całego kraju, a więc zasięg jej działalności należy uznać za ogólnopolski. Potwierdzeniem spełnienia powyższej przesłanki są informacje z kontroli przeprowadzonych przez WIIH, z których wynika, że do nieprawidłowości związanych z wprowadzaniem w błąd co do kraju pochodzenia dochodzi na terenie większości województw zlokalizowanych na terenie całego kraju.

Mając powyższe na uwadze, Prezes UOKiK uznał za **okoliczność obciążającą**, wpływającą na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej znaczny zasięg terytorialny naruszenia, co powoduje **podwyższenie kary o [***]%**.

Podkreślenia przy tym wymaga, iż stwierdzone w toku kontroli przeprowadzonych przez WIIH w I i II kwartale 2020 r. przypadki niewłaściwego oznaczania krajem pochodzenia warzyw skłoniły Spółkę do podjęcia działań, które miały doprowadzić do zminimalizowania ilości stwierdzanych nieprawidłowości. W tym celu Kaufland zdecydowała się na wprowadzenie dodatkowych kontroli prowadzonych w poszczególnych placówkach Kaufland m. in. poprzez wprowadzenie zasady, zgodnie z którą po wymianie i kontroli etykiet cenowych, wybrany pracownik codziennie dokonuje weryfikacji 100% oznaczeń na etykietach cenowych wystawionych do sprzedaży warzyw (i owoców) w kwestii ich zgodności ze stanem faktycznym. Kaufland oświadczyła ponadto, że w celu eliminacji niedopatrzeń, wdrożyła szczególne środki ostrożności w postaci dodatkowej weryfikacji oznaczeń 20 losowo wybranych warzyw (i owoców).

Prezes UOKiK, kalkulując karę pieniężną, uznał, iż wskazane powyżej okoliczności, należy uznać za **działania podjęte w celu zaprzestania trwającego naruszenia**. W związku z tym

Prezes UOKiK uznał, iż na tej podstawie wystąpiła przestępka do obniżenia kary pieniężnej o [***]%.

Obliczenie kary

Podsumowując przedstawione powyżej okoliczności łagodzące i obciążające, Prezes UOKiK postanowił nałożyć na Kaufland za naruszenie stwierdzone w punkcie I sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości **13 284 944 zł (słownie: trzynaście milionów dwieście osiemdziesiąt cztery tysiące dziewięćset czterdzieści cztery złote)**. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [***] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w roku obrotowym przypadającym na lata 2020/2021, czyli [***] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

Kara pieniężna ma pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej, a więc być zarówno realną, odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, będącą reakcją na naruszenie przepisów, ale także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość i to zarówno w odniesieniu do ukaranego przedsiębiorcy, ale też do innych przedsiębiorców i przestrzegać ich przez podejmowaniem podobnych naruszeń interesów konsumentów (vide: wyrok SOKiK z dnia 6 września 2018r., sygn. akt: XVII AmA 31/16). Należy jednak pamiętać, iż wola ustawodawcy wysokość kary uzależniona została w głównej mierze od obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę - co do zasady - w ubiegłym (w relacji do daty wydania decyzji) roku obrotowym⁴⁸ i to właśnie obrót przedsiębiorcy jest głównym czynnikiem wpływającym na wysokości kary.

Kwota bazowa, ustalona w niniejszej sprawie w zakresie naruszenia określonego w punkcie I sentencji decyzji jest, w ocenie Prezesa UOKiK, proporcjonalna do wagi i charakteru naruszenia stwierdzonego wobec Kaufland. Jest przy tym powiązana bezpośrednio z obrotem realizowanym przez Spółkę w zakresie działalności na rynku AKCU, której dotyczy naruszenie praw konsumentów. Kara w powyższej wysokości pozwoli zrealizować funkcję represyjną, tj. dolegliwość z tytułu wprowadzania konsumentów w błąd co do pochodzenia geograficznego warzyw, jak również funkcje prewencji indywidualnej i ogólnej (zniechęcania względem podejmowania podobnych naruszeń w przyszłości przez tego przedsiębiorcę, jak i innych uczestników rynku, zwłaszcza uczestników rynku sprzedaży detalicznej AKCU).

Zgodnie z art. 112 ust. 2 i 3 uokik, karę pieniężną stanowiącą dochód budżetu państwa, należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie II sentencji decyzji.

⁴⁸ Należy wskazać, że możliwe jest także wystąpienie sytuacji szczególnych uregulowanych w art. 106 ust. 5-7 uokik.

Ad III. Koszty postępowania

Stosownie do art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

W punkcie I sentencji niniejszej decyzji organ ochrony konkurencji i konsumentów w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stwierdził naruszenie przez Kaufland przepisów ustawy (art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik). Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 uokik pozwalająca na obciążenie tego przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki związane z korespondencją prowadzoną w toku niniejszego postępowania w wysokości 39,61 zł (słownie: trzydzieści dziewięć złotych sześćdziesiąt jeden groszy).

Koszty niniejszego postępowania określone w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji Spółka obowiązana jest wpłacić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie III sentencji decyzji.

Mając na uwadze wszystkie przedstawione powyżej okoliczności Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I-III sentencji niniejszej decyzji.

Pouczenie do decyzji

Zgodnie z art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2021 r., poz. 1805.; dalej: kpc) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 81 ust. 5 uokik w związku z art. 479³² § 1 i 2 kpc, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2021 r., poz. 2257; dalej: ustawa o kosztach sądowych), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki. Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie



zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

*z up. Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Zastępca Dyrektora Departamentu
Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów UOKiK
Artur Zwaliński*

Otrzymuje:

- 1) Kaufland Polska Markety Sp. z o.o. Sp. j.
reprezentowana przez:
[***]
- 2) a/a