



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Wersja jawna

Bydgoszcz, dnia 8 kwietnia 2024 r.

RBG.610.4.2023.MB-Sz

DECYZJA Nr RBG- 2/2024

informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]

- I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, po uprawdopodobnieniu stosowania przez Jeronimo Martins Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Kostrzynie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na posługiwaniu się w przekazach reklamowych publikowanych w sklepach Biedronka, dotyczących akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” informacjami, że voucher jest możliwy do zrealizowania na zakup artykułów przemysłowych i tekstyliów, w sytuacji w której jednocześnie:
- a) informacja o braku możliwości wykorzystania vouchera na: produkty chemii gospodarczej, kosmetyki, środki czyszczące, odświeżacze powietrza, komunikowana jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie konsumentom dopiero na voucherze wydawanym im po dokonaniu zakupów,
 - b) Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie nigdzie nie umieszcza jednoznacznych informacji na temat produktów wchodzących w skład tych artykułów przemysłowych i tekstyliów,
 - c) informacja o warunkach promocji, w tym o wyłączeniach z promocji niektórych produktów wchodzących w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów oraz odesłaniu do regulaminu promocji umieszczona jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie na materiałach reklamowych dostępnych w sklepach Biedronka w sposób nieczytelny, małą czcionką,
 - d) przekazy te odsyłają do regulaminu akcji promocyjnej dostępnego wyłącznie na stronie internetowej Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie,
- a przez to, niepodawanie konsumentom w sposób czytelny, jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji na temat zasad dotyczących realizacji vouchera, co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie rzeczywistych warunków dotyczących możliwości wykorzystania vouchera w ramach promocji, a przez to może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji może stanowić naruszenie 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)
- oraz po złożeniu przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie w toku postępowania zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków naruszenia poprzez:

- A. przyznanie każdemu konsumentowi, który nie zrealizował vouchera/voucherów otrzymanych od Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”, w ramach rekompensaty, vouchera o wartości 150 złotych za każdy niewykorzystany wcześniej voucher. Klientom, którzy jednocześnie są członkami programu lojalnościowego Moja Biedronka, voucher zostanie automatycznie zapisany na karcie Moja Biedronka, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji. W przypadku klientów, którzy w dacie uprawomocnienia się decyzji nie pozostają członkami programu lojalnościowego Moja Biedronka Spółka przyzna e-kod o wartości 150 zł za każdy niewykorzystany voucher, po uprzednim kontakcie konsumenta z Biurem Obsługi Klienta Spółki, w terminie 14 dni od uzyskania pozytywnej weryfikacji dla przekazanych przez konsumenta danych. Przedmiotowy voucher/e-kod będzie do wykorzystania na wszystkie produkty oferowane w sklepach sieci Biedronka (z wyłączeniem: napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, preparatów początkowego żywienia niemowląt oraz wszelkich usług czy doładowań, w tym doładowań telefonów, kart podarunkowych czy doładowań kart podarunkowych) w ramach jednorazowych zakupów, bez warunku dokonania wcześniejszych zakupów za środki własne konsumentów. Ważność vouchera/e-kodu będzie wynosić rok od dnia jego wydania. Vouchera/e-kodu nie można wymienić na gotówkę.
- B. skierowanie - w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do konsumentów, którzy nie zrealizowali vouchera otrzymanego w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”, w ramach posiadanych przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie zgód na kontakt w celach marketingowych, wiadomości tekstowej na ostatni znany Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie numer telefonu każdego konsumenta.

Treść wiadomości będzie brzmieć następująco:

„Szanowny Kliencie,

informujemy, że na skutek decyzji Prezesa UOKiK na Twoją kartę przyznaliśmy voucher o wartości 150 zł. Szczegóły na biedronka.pl, w Aplikacji Biedronka, w sklepie na tablicy ogłoszeń, na oficjalnym profilu „Biedronka” w serwisie Facebook i na stronie UOKiK.”

- C. opublikowanie jednokrotnego oświadczenia następującej treści:

„Uprzejmie informujemy, że Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie w ramach rekompensaty przyzna konsumentom, którzy nie zrealizowali vouchera/voucherów otrzymanych od Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”, voucher o wartości 150 złotych za każdy niewykorzystany wcześniej voucher otrzymany w ramach ww. akcji promocyjnej, co stanowi realizację zobowiązania Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie wynikającego z decyzji Prezesa UOKiK z dnia 8 kwietnia 2024 r. nr RBG-2/2024. Szczegóły tutaj” (dalej jako: „oświadczenie nr 1”).

odsyłającego do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej jako: „oświadczenie nr 2”):

„Szanowni Klienci,

realizując decyzję Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 kwietnia 2024 r. nr RBG-2/2024 informujemy, iż klienci, którzy otrzymali voucher w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” i nie został on przez nich zrealizowany w odpowiednim terminie niezależnie od przyczyny, uprawnieni są do otrzymania vouchera o wartości 150 zł na cały asortyment w ramach jednorazowych zakupów

(z wyłączeniem: napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, preparatów początkowego żywienia niemowląt oraz wszelkich usług czy doładowań, w tym doładowań telefonów, kart podarunkowych czy doładowań kart podarunkowych), niezależnie od ich wartości, ważny rok od daty jego otrzymania (bez możliwości zamiany na gotówkę). Klientom, którzy jednocześnie są członkami programu lojalnościowego Moja Biedronka, voucher zostanie automatycznie zapisany na karcie Moja Biedronka, której użyli przy udziale w ww. akcji promocyjnej. Klienci, którzy brali udział w ww. akcji promocyjnej, a następnie zrezygnowali z uczestnictwa w programie Moja Biedronka proszeni są o kontakt z Biurem Obsługi Klienta, kontakt telefoniczny pod nr tel.: 800 080 010 (z telefonu stacjonarnego - połączenie bezpłatne) lub (22) 205 33 00 (z telefonu komórkowego lub z zagranicy - opłata za połączenie według taryf/cenników operatorów) lub e-mailowy na adres: bok@biedronka.pl oraz podanie numeru karty Moja Biedronka użytej przy dokonywaniu zakupów w ww. akcji promocyjnej lub przekazanie paragonu potwierdzającego skorzystanie z ww. akcji promocyjnej, w celu otrzymania e-kodu o wartości 150 zł. Szczegóły na biedronka.pl, w Aplikacji Biedronka, w sklepie na tablicy ogłoszeń, na oficjalnym profilu „Biedronka” w serwisie Facebook i na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.”

Oświadczenie nr 1 i 2 Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie złoży - w terminie 14 dni - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na stronie internetowej Spółki (na dzień wydania decyzji strona ta jest dostępna pod adresem <https://www.biedronka.pl/pl>)

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w taki sposób, że:

- a) oświadczenia nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane przez okres sześciu miesięcy od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji,
- b) tekst powyższych oświadczeń będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff), przy zachowaniu wyboldowania i podkreślenia, jak w pkt I.C. sentencji niniejszej decyzji,
- c) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części głównej strony internetowej Spółki, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- d) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie strony internetowej Spółki, oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie, chyba że zostanie ręcznie zamknięte przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- e) wielkość czcionki powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,
- f) fragment oświadczenia o treści: „Szczegóły tutaj” powinien być zamieszczony w formie hipertączy (linka) do oświadczenia nr 2,
- g) fragment oświadczenia o treści: „na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” powinien być zamieszczony w formie hipertączy (linka) do niniejszej decyzji umieszczonej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
- h) w przypadku zmiany adresu, pod jakim dostępna jest strona internetowa Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, oświadczenia, o których mowa w pkt I.C, zostaną opublikowane na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres <https://www.biedronka.pl/pl>,

- i) w przypadku zmiany nazwy Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy dawnej i nowej.

D. umieszczenie - w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji i utrzymywanie przez okres sześciu miesięcy - w aplikacji mobilnej Biedronka oraz w każdym sklepie sieci Biedronka na tablicy informacyjnej, informacji o następującej treści:

„Szanowni Klienci,

realizując decyzję Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 kwietnia nr RBG-2/2024 informujemy, iż klienci, którzy otrzymali voucher w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” i nie został on przez nich zrealizowany w odpowiednim terminie niezależnie od przyczyny, uprawnieni są do otrzymania vouchera o wartości 150 zł na cały asortyment w ramach jednorazowych zakupów (z wyłączeniem: napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, preparatów początkowego żywienia niemowląt oraz wszelkich usług czy doładowań, w tym doładowań telefonów, kart podarunkowych czy doładowań kart podarunkowych), niezależnie od ich wartości, ważny rok od daty jego otrzymania (bez możliwości zamiany na gotówkę). Klientom, którzy jednocześnie są członkami programu lojalnościowego Moja Biedronka, voucher zostanie automatycznie zapisany na karcie Moja Biedronka, której użyli przy udziale w ww. akcji promocyjnej. Klienci, którzy brali udział w ww. akcji promocyjnej, a następnie zrezygnowali z uczestnictwa w programie Moja Biedronka proszeni są o kontakt z Biurem Obsługi Klienta, kontakt telefoniczny pod nr tel.: 800 080 010 (z telefonu stacjonarnego - połączenie bezpłatne) lub (22) 205 33 00 (z telefonu komórkowego lub z zagranicy - opłata za połączenie według taryf/cenników operatorów) lub e-mailowy na adres: bok@biedronka.pl oraz podanie numeru karty Moja Biedronka użytej przy dokonywaniu zakupów w ww. akcji promocyjnej lub przekazanie paragonu potwierdzającego skorzystanie z ww. akcji promocyjnej, w celu otrzymania e-kodu o wartości 150 zł. Szczegóły na biedronka.pl, w Aplikacji Biedronka, w sklepie na tablicy ogłoszeń, na oficjalnym profilu „Biedronka” w serwisie Facebook i na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.”

Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie zobowiązuje się nadać ww. oświadczeniu następujące cechy:

a) oświadczenie w aplikacji mobilnej Biedronka zostanie:

- zamieszczone w powiadomieniach, tj. w module powiadomień umieszczonym na stronie głównej aplikacji, który zwizualizowany jest znakiem dzwonka,
- fragment „decyzję Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 kwietnia 2024 r. nr RBG-2/2024” będzie stanowić hipertączę prowadzące do wersji jawnej decyzji Prezesa UOKiK na stronie uokik.gov.pl,

b) oświadczenie w sklepach sieci Biedronka:

- zostanie umieszczone w widocznym dla konsumenta miejscu na tablicy ogłoszeń,
- powinno być napisane z zastosowaniem czarnej czcionki Times New Roman rozmiar 14 na białym tle z zachowaniem wyboldowania jak wyżej, rozmiar A4, z zastosowaniem marginesu górnego, dolnego, prawego i lewego wynoszącego po 2,5 cm,

- ✓ w przypadku zmiany nazwy Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja na stronie internetowej Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, w aplikacji mobilnej Biedronka oraz w każdym sklepie sieci Biedronka na tablicy informacyjnej, zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy dawnej i nowej.

E. zamieszczenie na polskim koncie Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie na portalu społecznościowym Facebook: <https://www.facebook.com/> (na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą Biedronka) - w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i utrzymywanie przez okres sześciu miesięcy od daty jego opublikowania - oświadczenia o niniejszej decyzji o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję względem Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, właściciela sklepów Biedronka. Decyzja dotycząca naruszenia zbiorowych interesów konsumentów ma związek z akcją promocyjną „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher” przeprowadzoną w dniach 1-3 grudnia 2022 r. Przedsiębiorca w ramach zobowiązania nałożonego przez Prezesa UOKiK ma podjąć działania zmierzające do usunięcia skutków swoich działań. Spółka zobowiązana jest m.in. do przyznania każdemu konsumentowi, który nie zrealizował vouchera w czasie ww. akcji promocyjnej, w ramach rekompensaty, nowego vouchera o wartości 150 złotych. Voucher zostanie automatycznie przyznany poszkodowanym konsumentom na kartę Moja Biedronka i zostaną oni o tym poinformowani przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie. W przypadku klientów, którzy w dacie uprawomocnienia się decyzji nie pozostają członkami programu lojalnościowego Moja Biedronka Spółka przyzna e-kod o wartości 150 zł za każdy niewykorzystany voucher, po uprzednim kontakcie konsumenta z Biurem Obsługi Klienta Spółki, w terminie 14 dni od uzyskania pozytywnej weryfikacji dla przekazanych przez konsumenta danych. Voucher będzie do wykorzystania na produkty oferowane w sklepach sieci Biedronka (z pewnymi włączeniami) w ramach jednorazowych zakupów, bez warunku dokonania wcześniejszych zakupów za środki własne konsumentów. Ważność vouchera będzie wynosić rok od dnia jego wydania (bez możliwości zamiany na gotówkę).

Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK Nr RBG-2/2024 z dnia 8 kwietnia 2024 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.”

Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie zobowiązuje się nadać ww. oświadczeniu następujące cechy:

- napisane standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym,
- pod fragmentem tekstu: „decyzji Prezesa UOKiK Nr RBG-2/2024 z dnia 8 kwietnia 2024 r.” dodany zostanie link odsyłający do wersji jawnej decyzji Prezesa UOKiK na stronie uokik.gov.pl,
- opublikowane na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook prowadzonym przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, w przypadku zmiany profilu Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie do czasu zakończenia realizacji obowiązku,
- zrealizowane odpowiednio przez lub za pośrednictwem Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej, w przypadku zmiany nazwy Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą

w Kostrzynie, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem,

- do treści oświadczenia na jego końcu dodane zostaną znaczki internetowe w formie poniższych hashtagów: „#Biedronka, #JMP, #UOKiK, #decyzjaUOKiK”,

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Jeronimo Martins Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Kostrzynie obowiązek wykonania ww. zobowiązania.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, po uprawdopodobnieniu stosowania przez Jeronimo Martins Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Kostrzynie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów opisanej w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Jeronimo Martins Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Kostrzynie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, poprzez:

1) przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydruków zrzutów z ekranu dokumentujących:

a. publikację oświadczeń, o których mowa w punkcie I.C. niniejszej decyzji na stronie internetowej <https://www.biedronka.pl/pl>

b. umieszczenie informacji, o której mowa w punkcie I.D. niniejszej decyzji w aplikacji mobilnej Biedronka,

c. publikację oświadczenia, o którym mowa w punkcie I.E niniejszej decyzji na portalu społecznościowym Facebook,

2) przedłożenie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oświadczenia złożonego przez osobę uprawnioną do działania w imieniu przedsiębiorcy o zamieszczeniu oświadczenia, o którym mowa w punkcie I.D niniejszej decyzji we wszystkich sklepach sieci Biedronka oraz zdjęć tablic informacyjnych z widoczną informacją, o której mowa w punkcie I.D niniejszej decyzji wykonanych w 50 losowo wybranych sklepach sieci Biedronka,

3) przedłożenie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oświadczenia złożonego przez osobę uprawnioną do działania w imieniu przedsiębiorcy o wystaniu do wszystkich konsumentów, o których mowa w punkcie I.B niniejszej decyzji wiadomości tekstowej wraz z dokumentacją dotyczącą wystania ww. wiadomości do 50 konsumentów oraz wskazaniem łącznej liczby konsumentów, do których wysłano taką wiadomość,

4) wskazanie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ilu przypadkach konsumenci zwrócili się o przyznanie vouchera; jak również wyjaśnienie w ilu przypadkach wnioski konsumentów został rozpatrzony pozytywnie, a w ilu przypadkach negatywnie,

5) wskazanie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów łącznej liczby przyznanych konsumentom voucherów,

6) wskazanie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ile voucherów, przyznanych przez przedsiębiorcę w wykonaniu niniejszej decyzji zostało wykorzystanych przez konsumentów oraz ile wynosiła wartość wykorzystanych przez konsumentów środków pochodzących z voucherów,

7) przekazania informacji o dokładnych terminach, w których przedsiębiorca podjął i zakończył poszczególne działania związane z realizacją zobowiązania, o którym mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, w tym ze wskazaniem daty początkowej i końcowej podjęcia określonych działań,

w terminie 7 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes UOKiK, Prezes Urzędu, organ ochrony konsumentów**) w dniu 19 grudnia 2022 r. - postanowieniem nr z-103/2022 - w wyniku skarg konsumentów wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy na skutek działań dotyczących akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” podejmowanych przez Jeronimo Martins Polska S.A z siedzibą w Kostrzynie (dalej: **Przedsiębiorca, JMP, Spółka**) nastąpiło naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Konsumenci wskazali, iż po spełnieniu określonych warunków promocji otrzymali voucher na zakupy w sieci Biedronka artykułów przemysłowych i tekstyliów, z którego dowiedzieli się, że nie można za niego zakupić towarów z wielu kategorii produktowych takich jak: chemia gospodarcza, kosmetyki, środki czyszczące, co nie było nigdzie wcześniej uwidocznione. Jeden z konsumentów wskazał, iż nie odnotował, iż voucher można wykorzystać tylko na artykuły przemysłowe i tekstylia, twierdził, iż małą czcionką napisano informację na jakie produkty obowiązuje voucher, natomiast sformułowanie „50% voucher na zakupy” napisano wielkimi literami. Konsumenci wskazali również na problemy z realizacją voucherów, nie mogli oni uzyskać informacji od obsługi sklepu na temat produktów, które można zakupić przy użyciu vouchera. Jeden z konsumentów podniósł, iż od pracowników sklepów otrzymywał sprzeczne informacje co do produktów, za które można zapłacić przy użyciu vouchera, jak również na temat produktów wyłączonych z takiej możliwości. Ponadto konsument wskazał, iż niejasne było na co można wykorzystać otrzymany voucher i jaka jest definicja artykułów przemysłowych według JMP. W przypadku kontaktu z Biurem Obsługi Klienta konsumenci również nie uzyskiwali informacji o tych produktach, konsumentom radzono, aby o każdą rzecz pytać kasjera w zakresie możliwości zrealizowania vouchera na dany produkt.

Analiza materiałów uzyskanych w toku postępowania wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia, postanowieniem Nr RBG-41/2023 z dnia 31 lipca 2023 r. (dalej: **Postanowienie**), postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w sentencji niniejszej decyzji.

Jednocześnie Prezes UOKiK wezwał przedsiębiorcę do ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów. W dniu 9 sierpnia 2023 r. w siedzibie Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy odbyło się spotkanie z pełnomocnikami JMP, na którym wyrazili wolę przedłożenia propozycji zobowiązania. Pismem z dnia 28 września 2023 r. Przedsiębiorca ustosunkował się do zarzutu postanowionego w Postanowieniu, jednocześnie złożył wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, przedstawiając przy tym propozycje zobowiązania. Propozycje JMP były przedmiotem spotkań online z Prezesem UOKiK (spotkanie w dniu 20 listopada 2023 r. i w dniu 12 grudnia 2023 r.), w wyniku czego Spółka w dniu 21 grudnia 2023 r. przedłożyła treść zobowiązania, która była przedmiotem spotkania online w dniu 31 stycznia 2024 r. i która podlegała modyfikacjom. Przedsiębiorca pismem z dnia 19 marca 2024 r. przedłożył ostateczną treść zobowiązania.

Postanowieniem nr RBG-44/2023 z dnia 5 września 2023 r. zaliczono w poczet dowodów materiał dowodowy uzyskany przez Prezesa UOKiK w toku postępowania wyjaśniającego.

Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, możliwości zapoznania się z aktami sprawy i wypowiedzenia się w sprawie zebranego materiału dowodowego (pismo z dnia 25 marca 2024 r.). Przedsiębiorca nie skorzystał z ww. uprawnień.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów organ ochrony konsumentów ustalił, iż Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie wpisana jest do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: **KRS**) pod numerem 0000222483 prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, IX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego oraz posiada NIP: 7791011327. Przedmiotem działalności spółki jest m.in. pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach, wytwarzanie gotowych posiłków i dań.

Organ ochrony konsumentów ustalił, iż Spółka jest właścicielem Biedronki - największej sieci detalicznej w Polsce, która jest obecna na polskim rynku od 27 lat.¹ W czasie trwania promocji „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” Spółka posiadała 3 336 sklepów. Sklepy Biedronka dziennie odwiedza ok. 5 milionów klientów.² Biedronka zatrudnia blisko 80 tys. pracowników i jest największym prywatnym pracodawcą w Polsce.³

Spółka w ramach akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” (dalej również: **Akcja**) w materiałach marketingowych wskazywała, iż przy zakupie 3 książek lub zabawek z kartą Moja Biedronka lub aplikacją mobilną Biedronka można otrzymać zwrot na voucher wynoszący 50% ich wartości. Artykuły można było mieszać dowolnie. Oferta ta była ważna od 1.12 do 3.12.2022 r. Voucher na zakupy artykułów przemysłowych i tekstylia można było realizować w dniach 5.12-11.12.2022 r. Spółka informowała również, iż lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonych dostępna jest w regulaminie promocji zamieszczonym na stronie internetowej pod adresem www.biedronka.pl.

Spółka o Akcji promocyjnej informowała konsumentów na swojej stronie internetowej: www.biedronka.pl, <https://www.biedronka.pl/pl/kraina-zabawek>, w sklepach Biedronka, gazetce reklamowej sieci Biedronka, w telewizji, na swoim profilu na portalu społecznościowym Facebook, aplikacji mobilnej Biedronka, a także poprzez informacje kierowane drogą mailową do swoich subskrybentów.

W dniu 30 listopada 2022 r. JMP zamieściła na swoim profilu na portalu społecznościowym Facebook m.in. następujące informacje:

¹https://onas.biedronka.pl/?_ga=2.225712666.1233006585.1704708057-700633222.1704708054&_gac=1.182562388.1704708057.CjwKCAiA1-6sBhAoEiwArqIGPr-WkoiNimOFiBgVAZjwS8EgXP_eLe_xo-bLmB6p2X4hiHvLZWlkHhoCPT4QAvD_BwE, 8.01.2024 r.

² <https://pracawbiedronce.pl/>, 8.01.2024 r.

³<https://www.wiadomoscihandlowe.pl/tylko-w-naszym-portal/ranking-najwiekszych-pracodawcow-w-handlu-na-czele-biedronka-ale-drugie-miejsce-wcale-nie-dla-lidla-2448682>, stan na 7.03.2023 r.



Biedronka

30 listopada 2022

Wkrótce Mikołajki – masz już upominki? 🧸📖

Od czwartku do soboty kup 3 zabawki lub książki z kartą Moja Biedronka lub aplikacją i otrzymaj 50% ich wartości w postaci vouchera na artykuły przemysłowe i tekstylia!

A jaki wybór! Wymarzone prezenty, ukochane postacie, rozwijające wyobraźnię opowieści – uśmiechy gwarantowane!

🌲📖 Biedronka – Kraina Zabawek

Więcej świątecznych okazji na www.biedronka.pl/swieta

Limit dzienny - 3 produkty na kartę moja Biedronka. * Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie), Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: Książki Gang Swojaków; Gang Bystrzaków; książki Czas na (...), książka Kuchnia ŚródziemnoPolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, Zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej ilości zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na covid-19, książek Gang Swojaków; Gang Bystrzaków; książek Czas na (...), książek Kuchnia ŚródziemnoPolska, książek kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć.

Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonych w regulaminie na: www.biedronka.pl

BIEDRONKA.PL

🌲📖 Kup książki i zabawki w super ofercie!

Odbierz voucher równy 50% ich wartości

Dowiedz się więcej

👍❤️ 66

210 komentarzy 4 udostępnienia

Źródło: załącznik do protokołu Prezesa UOKiK z dnia 24 stycznia 2023 r. z oględzin strony internetowej JMP.

Pod ww. postem konsumenci zamieszczali komentarze, które dotyczyły omawianej akcji promocyjnej. Poniżej przykładowe komentarze z usunięciem danych osobowych konsumentów:

To nie promocja a oszustwo! Ja też nie doczytałam na małej karteczce w sklepie, że voucher będzie można wydać jedynie na art. przemysłowe i tekstylia. Tutaj na FB dowiaduje się też, że lista art. przemysłowych na które można wydać voucher jest bardzo zawężona. Poza tym, na stronie biedronka.pl w zakładce art. przemysłowe wyświetlają się zabawki a tutaj dowiadujemy się, że na zabawki vouchera wydać nie można. Najgorsze jednak w tym całym oszustwie jest to, że zabawki zakupione w tej "promocji" nie podlegają zwrotowi (tak pisze w regulaminie). Dlaczego? Przecież kupując zabawki nie dostałam na nie żadnej zniżki tylko voucher, który do niczego mi się nie przyda i chce go oddać razem z nimi. To jest sprzeczne z prawami konsumenta!

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.



Autor

Biedronka

Hanno, regulamin akcji dostępny jest na stronie:

<https://www.biedronka.pl/pl/kraina-zabawek> 😊 Zachęcamy do zapoznania się ze szczegółami.



BIEDRONKA.PL

od 07.11 - Kraina zabawek! - Biedronka.pl

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.

Po prostu "super promocja" - dostaje się voucher, którego prawie na nic nie można wykorzystać. NIE WYKORZYSTA się go na kosmetyki, na środki czyszczące, chemię gospodarczą, zabawki. W dodatku ani pracownicy w sklepie, ani biuro obsługi klienta nie potrafią podać przykładów produktów, na które voucher można będzie wykorzystać. Niestety na małych karteczkach reklamujących "promocję", które wiszą przy zabawkach nie ma informacji o tym, że prawie wszystkie artykuły przemysłowe wyłączone są z promocji. Gdyby bowiem była jasna informacja o tym, że nie wiadomo na co voucher będzie w ogóle można wykorzystać to z promocji zapewne mało osób chciałoby skorzystać a tak przynajmniej trochę naiwniaków się znajdzie 😞 Oczywiście z zakupu zabawek i prezentu w formie vouchera nie można się już wycofać gdy doczyta się na voucherze szczegóły owej "promocji" 🤔

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.



Autor

Biedronka

Agnieszko, voucher można wykorzystać na zakup artykułów przemysłowych oraz tekstyliów z wyłączeniem produktów znajdujących się na liście w regulaminie promocji, który znajduje się na stronie:

<https://www.biedronka.pl/pl/regulaminy>



BIEDRONKA.PL

Regulaminy – Biedronka.pl

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.

Biedronka a jakie to są produkty, które można kupić - może kilka przykładów? Wiadomo czego kupić nie można ale nikt nie umie mi powiedzieć co zostaje po odrzuceniu z oferty tych produktów, których kupić nie można. Czy można kupić np. koldrę, koc albo np. pościel?

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.



Autor

Biedronka

Agnieszko, powinnaś móc wykorzystać voucher na te artykuły przemysłowe oraz tekstylia, które nie znajdują się na liście z wykluczeniami 😊

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.

Odpowiedzieliscie przywołując regulamin. Nie interesuje mnie to po fakcie. Trzeba było napisać na kartce promocyjnej przy koszach z zabawkami że voucher jest do wykorzystania na konkretne produkty i odwołać się tam do regulaminu.

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.



A ja napisze tak: wprowadzacie promocje, piszecie wielkimi literami -50%, ale personel nie ma pojęcia na co to promocja i jaki towar jej podlega! Kartki informujące o promocji są napisane tak małym drukiem że mało kto może to odczytać. Żenujące

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.



5

A kto w sklepie czyta regulamin i czy ma dostęp do internetu a starczyło dopisać dwa słowa że voucher jest na TEKSTYLIA I PRZEMYSŁOWE tego nie było a obsługa w sklepie też nie wiedziała.

Lubię to! Odpowiedz 7 tyg.

Źródło: załącznik do protokołu Prezesa UOKiK z dnia 24 stycznia 2023 r. z oględzin strony internetowej JMP.

Spółka w gablotkach znajdujących się zwyczajowo przed wejściem do sklepu zamieszczała informacje o akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.” następujące informacje:

OFERTA WAŻNA
OD 1.12 DO 3.12

ZABAWKI I KSIĄŻKI
ZWROT NA VOUCHER

50%* ICH
WARTOŚCI

Przy zakupie 3 produktów
z kartą lub aplikacją



VOUCHER
50%*
DO WYKORZYSTANIA
NA ZAKUPY

Voucher na zakupy
do zrealizowania na art.
przemysłowe i tekstylia
w dniach 5.12-11.12.2022 r.

MIESZAJ
DOWOLNIE

Limit dzienny - 3 produkty na kartę Moja Biedronka

* Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie), Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka Kuchnia Śródziemnopolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej liczby zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na COVID-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książki Kuchnia Śródziemnopolska, książki kucharskiej Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonej dostępna w regulaminie na www.biedronka.pl.

Źródło: załącznik nr2 do pisma JMP z dnia 7 marca 2023 r.

Powyższy plakat mierzył 50 cm szerokości i ok. 71 cm długości.

Od dnia 1 grudnia 2022 r. do dnia 3 grudnia 2022 r. przy użyciu ekranów znajdujących się w wejściu do sklepów JMP emitowała materiał video zawierający m.in. następującą treść:

**ZABAWKI I KSIĄŻKI
ZWROT NA VOUCHER**

50%* ICH WARTOŚCI

Przy zakupie 3 produktów z kartą lub aplikacją

VOUCHER 50%*

Voucher na zakupy do zrealizowania na art. przemysłowe i tekstylia w dniach 5.12-11.12.2022 r.

MIESZAJ DOWOLNIE

LIMIT DZIENNY - 3 PRODUKTY NA KARTĘ MOJA BIEDRONKA

* PRZY ZAKUPIE 3 ZABAWEK LUB KSIĄŻEK Z KARTĄ MOJA BIEDRONKA (NA JEDNYM PARAGONIE), UCZESTNIK MOŻE OTRZYMAĆ VOUCHER O WARTOŚCI 50% CENY RZECZYWISZCIE ZA NIE ZAPŁACONEJ (TJ. PO NALICZENIU INNYCH RABATÓW I OBNÍŻEK). PRODUKTY ZAKUPIONE W RAMACH AKCJI NIE PODLEGAJĄ ZWROTOWI. AKCJA NIE ŁĄCZY SIĘ Z INNYMI AKCJAMI PROMOCYJNYMI. W PROMOCJI NIE BIERA UDZIAŁU: KSIĄŻKI GANG SWOJAKÓW, GANG BYSTRZAKÓW, KSIĄŻKI CZAS NA L. I, KSIĄŻKA KUCHNIA ŚRÓDZIEMNOPOLSKA, KSIĄŻKA KUCHARSKA KUCHNIA POLSKA PYSZNE, ZABAWKI GANG BYSTRZAKÓW, PRZY ZAKUPIE WIĘKSZEJ LICZBY ZABAWEK LUB KSIĄŻEK NIŻ 3, UCZESTNIK OTRZYMA VOUCHER O WARTOŚCI 50% CENY RZECZYWISZCIE ZAPŁACONEJ ZA 3 NAJTAŃSZE KUPOWANE ZABAWKI LUB KSIĄŻKI. VOUCHER MOŻNA WYKORZYSTAC W DNIACH 5.12-11.12.2022 R. NA ZAKUP ART. PRZEMYSŁOWYCH I TEKSTYLNYCH Z WYŁĄCZENIEM: EKSPRESÓW DELTA, MASECZEK OCHRONNYCH, TESTÓW SEROLOGICZNYCH NA COVID-19, KSIĄŻEK GANG SWOJAKÓW, GANG BYSTRZAKÓW, KSIĄŻEK CZAS NA L. I, KSIĄŻKI KUCHNIA ŚRÓDZIEMNOPOLSKA, KSIĄŻKA KUCHARSKA KUCHNIA POLSKA PYSZNE, ZABAWEK GANG BYSTRZAKÓW I INNYCH PRODUKTÓW WYMENIONYCH NA LIŚCIE. VOUCHER MOŻE BYĆ UŻYTY WYŁĄCZNIE Z TĄ KARTĄ MOJA BIEDRONKA, DLA KTÓREJ ZOSTAŁ WYDRUKOWANY. VOUCHERÓW NIE MOŻNA ŁĄCZYĆ. OFERTA OBLIGUJE DO 1.12 DO 3.12.2022 R. PRODUKTY DOSTĘPNE DO WYCZERPIANIA ZAPASÓW. SZCZEGÓŁY, LISTA PRODUKTÓW BIERĄCYCH UDZIAŁ W PROMOCJI ORAZ WYŁĄCZONYCH DOSTĘPNA W REGULAMINIE NA WWW.BIEDRONKA.PL

Źródło: załącznik nr 3 do pisma JMP z dnia 26 stycznia 2023 r.

W czasie trwania promocji takie ekrany zamontowane były w [xx]

Od dnia 1 grudnia 2022 r. do dnia 3 grudnia 2022 r. przy regałach z ofertą non food Spółka zamieściła tzw. „cenówki”. Cenówki zamieszczone w sklepach miały pomarańczowe tło, do tekstu użyto czarnej czcionki lub białej na czarnym tle. Cenówki posiadały

dwa rozmiary, mniejsza o rozmiarze 10,5 cm x 11,5 cm, większa 15 cm x 21 cm Poniżej wersja graficzna „cenówki”.

OD CZWARTKU 1.12 DO SOBOTY 3.12

ZABAWKI I KSIĄŻKI
ZWROT NA VOUCHER

50%* ICH WARTOŚCI

PRZY ZAKUPIE 3 PRODUKTÓW Z KARTĄ LUB APLIKACJĄ

VOUCHER
50%*
VOUCHER NA ZAKUPY
50%*
VOUCHER NA ZAKUPY

Voucher na zakupy do zrealizowania na art. przemysłowe i tekstylia w dniach 5.12-11.12.2022 r.



MIESZAJ DOWOLNIE

Limit dzienny - 3 produkty na kartę Moja Biedronka

* Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie), Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej (tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka Kuchnia Śródziemnopolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej liczby zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na COVID-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książki Kuchnia Śródziemnopolska, książki kucharskiej Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonych dostępna w regulaminie na www.biedronka.pl.

Źródło: załącznik nr 3 do pisma JMP z dnia 26 stycznia 2023 r., załącznik nr 2 do pisma JMP z dnia 7 marca 2023 r.

Cenówka była zamieszczana w miejscu ekspozycji produktów objętych promocją, w przeznaczonych do tego koszach lub na regałach, które umiejscowione są na sali sprzedaży. Pracownicy JMP przy tego rodzaju akcjach zobowiązani są do zamieszczenia od kilku do kilkunastu cenówek.

JMP w swojej gazecie reklamowej, dystrybuowanej w sklepach Biedronka w formie papierowej, także wskazywała na prowadzoną akcję promocyjną. Poniżej treść publikowana między 1 grudnia 2022 r. a 7 grudnia 2022 r.:

OFERTA WAŻNA OD 1.12 DO 3.12

ZABAWKI I KSIĄŻKI
ZWROT NA VOUCHER

50%*
ICH WARTOŚCI

Przy zakupie 3 produktów
z kartą lub aplikacją



Limit dzienny - 3 produkty na kartę Moja Biedronka

* Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie), Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej (tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka Kuchnia Śródmiejska, książka kucharska Kuchnia polska pysnie, zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej liczby zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: dispenserów Doża, maseczek ochronnych, testów serologicznych na COVID-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książki Kuchnia Śródmiejska, książki kucharskiej Kuchnia polska pysnie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wyodrębniony. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szeregówy, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonej dostępna w regulaminie na www.biedronka.pl.

Źródło: załącznik nr 3 do pisma JMP z dnia 26 stycznia 2023 r., załącznik nr 4 do pisma JMP z dnia 7 marca 2023 r.

Powtarzana w przekazach reklamowych informacja opatrzona znakiem „*” brzmiała: „Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie). Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: Książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka

Kuchnia ŚródziemnoPolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, Zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej ilości zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na covid-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książek Kuchnia ŚródziemnoPolska, książek kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączone w regulaminie na www.biedronka.pl.”

Spółka, prowadząc akcję promocyjną „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”, stosowała regulamin, który m.in. określa zasady przeprowadzania akcji oraz warunki, które konsumenci muszą spełnić aby z niej skorzystać.

W myśl § 1 regulaminu „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”, (dalej: **Regulamin**) pn. „Słowniczek”:

Akcja Promocyjna	Akcja promocyjna „Magia Rabatów – Zabawki i Książki – Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”
Regulamin	Ten dokument, który określa zasady Akcji Promocyjnej.
Organizator	Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie, ul. Żniwna 5, 62-025 Kostrzyn, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której dokumentację rejestrową prowadzi Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, IX Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000222483, posiadająca numer NIP 7791011327 oraz REGON 63030302300000, kapitał zakładowy 798214120,00 zł, w całości wpłacony, BDO: 000004585.
Sklepy Biedronka	Wszystkie sklepy Sieci Biedronka na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, otwarte w Czasie Trwania Akcji Promocyjnej. Szczegółowy wykaz sklepów jest dostępny na www.biedronka.pl/sklepy .
Karta MB	Aktywna, zarejestrowana karta lojalnościowa Moja Biedronka, wydana zgodnie z regulaminem dostępnym na www.moja.biedronka.pl/regulamin .
Brelok	Brelok przypisany do Karty MB.
Uczestnik	Osoba, której przysługuje możliwość wzięcia udziału w Akcji Promocyjnej.

Voucher	<p>Voucher rabatowy, który można otrzymać w ramach Akcji Promocyjnej. Voucher stanowi papierowy wydruk, na którym wskazana jest wartość rabatu i jest wydawany przez kasjera wraz z paragonem za dokonane zakupy lub jest drukowany na kasie samoobsługowej wraz z paragonem za dokonane zakupy. Voucher nie jest środkiem płatniczym i nie podlega wymianie na gotówkę.</p> <p>Voucher należy zachować.</p>
Czas Trwania Akcji Promocyjnej	<p>Termin, w którym można otrzymać Voucher, przy dokonaniu zakupów na zasadach opisanych Regulaminie.</p> <p>Akcja Promocyjna obowiązuje od dnia 01.12.2022r. do 03.12.2022r. Produkty Promocyjne dostępne do wyczerpania zapasów.</p>
Czas Wykorzystania Vouchera	<p>Termin, w którym można wykorzystać Voucher.</p> <p>Realizacja Voucherów jest możliwa w Sklepach Biedronka w dniach od 05.12 do 11.12.2022r.</p>
Produkty Promocyjne	<p>Książki i zabawki biorące udział w Akcji Promocyjnej, z wyłączeniem produktów i kategorii produktów wskazanych w Załączniku nr 1 do Regulaminu.</p>

Natomiast zgodnie z § 2 Regulaminu pn. „Zasady Akcji Promocyjnej”:

Kto może skorzystać z Akcji Promocyjnej?	<p>Każda osoba posiadająca Kartę MB, która w Czasie Trwania Akcji Promocyjnej dokona w Sklepach Biedronka zakupu w sposób określony w Regulaminie.</p>
Warunek 1: Zakupy	<p>W ramach Akcji Promocyjnej przy dokonaniu jednorazowych zakupów (na jednym paragonie) trzech (3) Produktów Promocyjnych Uczestnik otrzyma jeden (1) jednorazowy Voucher o wartości 50 % ceny rzeczywiście zapłaconej za te trzy kupowane Produkty Promocyjne, tj. ceny po naliczeniu innych rabatów i obniżek. .</p> <p>Przy zakupie większej ilości Produktów Promocyjnych niż trzy (3), Uczestnik otrzyma Voucher o wartości 50 % ceny rzeczywiście zapłaconej za trzy najtańsze kupowane Produkty Promocyjne, tj. ceny po naliczeniu innych rabatów i obniżek.</p>

Warunek 2: Karta MB	Warunkiem skorzystania z Akcji Promocyjnej jest okazanie kasjerowi nie później niż przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy Karty MB, Karty MB w aplikacji mobilnej Biedronka albo Breloku, który zostanie zeskanowany przez kasjera w Sklepie Biedronka. Zamiast zeskanowania Karty MB lub Breloka, Uczestnik celem identyfikacji może podać kasjerowi swój numer telefonu przypisany do Karty MB. W przypadku skorzystania z kasy samoobsługowej, warunkiem skorzystania z Akcji Promocyjnej jest zeskanowanie karty MB, Karty MB w aplikacji mobilnej Biedronka lub Breloku lub wpisanie numeru telefonu przypisanego do Karty MB, nie później niż przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy.
Limity	Maksymalnie 1 Voucher dziennie na kartę MB.
Zwrot produktów	Produktów Promocyjnych kupionych w ramach Akcji Promocyjnej nie można zwrócić, ale Uczestnik nadal ma uprawnienia wynikające z właściwych przepisów o rękojmi za wady fizyczne lub prawne lub gwarancji, jeśli gwarancja została w odniesieniu do danego produktu udzielona.

Zgodnie z § 3 Regulaminu pn. „Zasady wykorzystania Vouchera”:

Termin wykorzystania Vouchera	Voucher można wykorzystać w Sklepach Biedronka, w Czasie Wykorzystania Vouchera.
Zasady ogólne wykorzystania Vouchera	Voucher można wykorzystać wyłącznie na <u>jednorazowe zakupy artykułów przemysłowych lub tekstyliów (z zastrzeżeniem zasad poniżej)</u> . Minimalna wartość zakupów uprawniająca do wykorzystania Vouchera musi wynosić min. 1 zł więcej niż wartość Vouchera w ramach jednej transakcji (kwota wyższa niż wartość Vouchera o co najmniej 1 zł to kwota przed naliczeniem rabatu z Vouchera). Dla przykładu Uczestnik, który posiada jeden Voucher o wartości 5 zł może go zrealizować dokonując jednorazowego zakupu za kwotę co najmniej 6 zł.

<p>Warunek Karty MB</p>	<p>Warunkiem wykorzystania Vouchera jest okazanie kasjerowi, nie później niż przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy, Vouchera oraz użytej przy otrzymaniu Vouchera Karty MB, Karty MB w aplikacji mobilnej Biedronka albo Breloku, które zostaną zeskanowane przez kasjera w Sklepie Biedronka. Zamiast zeskanowania Karty MB lub Breloka, Uczestnik celem identyfikacji może podać kasjerowi swój numer telefonu przypisany do Karty MB. Voucher zostanie odebrany przez kasjera w Sklepie Biedronka. W przypadku skorzystania z kasy samoobsługowej, warunkiem skorzystania z Akcji Promocyjnej jest zeskanowanie Karty MB, Karty MB w aplikacji mobilnej Biedronka lub Breloku lub wpisanie numeru telefonu przypisanego do Karty MB oraz zeskanowanie Vouchera, nie później niż przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy. Voucher może zostać wykorzystany wyłącznie z użyciem tej Karty MB (Karty MB w aplikacji mobilnej Biedronka, Breloku/numeru telefonu) dla której został wydrukowany.</p>
<p>Rabat</p>	<p>W ramach Akcji Promocyjnej, przy dokonaniu jednorazowych zakupów z użyciem Vouchera na zasadach określonych Regulaminem, Uczestnik otrzyma na te zakupy rabat w wysokości wskazanej na Voucherze.</p>
<p>Wyłączenia</p>	<p>Z zakupów uprawniających do wykorzystania Vouchera wyłączone produkty inne, niż artykuły przemysłowe i tekstylia oraz produkty i kategorie produktów znajdujących się na liście stanowiącej Załącznik nr 2 do Regulaminu.</p>
<p>Szczegóły wykorzystania Vouchera</p>	<p>a) Voucherów nie można łączyć w ramach jednorazowych zakupów, co oznacza, że Uczestnik w ramach jednorazowych zakupów (na jednym paragonie) może wykorzystać wyłącznie jeden Voucher.</p> <p>b) Vouchery nie łączą się również z jakimikolwiek voucherami jakie może posiadać Uczestnik (w tym z voucherami otrzymanymi w ramach innych akcji promocyjnych), co oznacza, że w ramach jednorazowych zakupów (na jednym paragonie) Uczestnik może wykorzystać wyłącznie jeden Voucher (otrzymany w ramach Akcji Promocyjnej) i w ramach tych samych zakupów nie może wykorzystać żadnego innego vouchera.</p> <p>c) Voucher można wykorzystać wyłącznie w całości w ramach jednorazowej transakcji.</p> <p>d) Voucher można wykorzystać wyłącznie jeden raz.</p> <p>e) Akceptowane będą wyłącznie Vouchery nieuszkodzone.</p> <p>Voucher niewykorzystany w Czasie Wykorzystania Vouchera przepada.</p>

Załącznik nr 1 do Regulaminu stanowi „Lista produktów i kategorii wyłączonych z Akcji Promocyjnej”. Na tej liście znalazły się następujące pozycje:

- książki Gang Bystrzaków, Gang Swojaków,
- zabawki Gang Bystrzaków,
- książki Czas na Grecję, Czas na Portugalię, Czas na Azję, Czas na Włochy,
- książka Kuchnia ŚródziemnoPolska,
- książka kucharska Kuchnia polska pysznie.

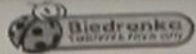
W załączniku nr 2 do Regulaminu Spółka zamieściła „Listę produktów, których zakup nie uprawnia do wykorzystania Vouchera”. Na tej liście znalazły się następujące pozycje:

- książki Gang Bystrzaków, Gang Swojaków,
- zabawki Gang Bystrzaków,
- książki Czas na Grecję, Czas na Portugalię, Czas na Azję, Czas na Włochy
- książka Kuchnia ŚródziemnoPolska,
- książka kucharska Kuchnia polska pysznie,
- płyny do dezynfekcji,
- ekspresy do kawy Delta,
- zapalki LUMIA,
- wkłady do zniczy,
- żarówki Philips,
- filtry do wody Dafi,
- węgiel, brykiet, grille jednorazowe oraz podpatki do grilla,
- produkty Gatta, Carlo Massimo, Carla Bonetti,
- chemia gospodarcza,
- kosmetyki,
- środki czyszczące,
- odświeżacze powietrza,
- papier ksero,
- baterie,
- maseczki ochronne i testy serologiczne na Covid-19.

Regulamin został opublikowany na stronie internetowej www.biedronka.pl w dniu 30 listopada 2022 r. w zakładce „Regulaminy i zasady promocji”. Było to jedyne miejsce publikacji, Regulamin nie był dostępny w sklepach sieci Biedronka. W okresie od dnia 1 grudnia do dnia 3 grudnia 2022 r. na stronę internetową z opublikowanym regulaminem akcji promocyjnej odnotowano [xxx] wejść.

Spółka w piśmie z dnia 7 marca 2023 r. kierowanym do Prezesa UOKiK w toku postępowania wyjaśniającego wskazała, iż do grup produktów dostępnych w sieci sklepów Biedronka do kategorii artykuły przemysłowe, tekstylia należą:

- [xx];
- [xx];
- [xx];



BIEDRONKA "ZŁOTYMIŚCIE NISZCIE CENY" 1999
 15-003 PRĄDNICA UL. ŚW. JERZYJA 3
 Skarżyski Zamek - Żelazno sp. J.
 ul. Henryka Jabrzyńskiego 8 25-313 Żelazno
 nr 13075

KIEPISKALNY

VOUCHER

50%*

DO WYKORZYSTANIA
 NA ZAKUPY

VOUCHER RABATOWY O WARTOŚCI

6,75 zł

do wykorzystania na kolejne zakupy*
 w dniach

od: 05.12.2022

do: 11.12.2022

Na zakup produktów z kategorii
 art. przerysłowe i tekstylia
 *Vouchera nie można wykorzystać na
 Zabawki Gang Bystrzaków,
 Książki Gang Swojaków; Gang Bystrzaków,
 książki Czas na (...),
 książki Kuchnia ŚrodlanoPolska,
 Kuchnia polska pysznie,
 ekspresy do kawy Delta,
 chemie gospodarczą, kosmetyki,
 środki czyszczące,
 odświezacze powietrza, baterie,
 żarówki Phillips, filtry Dafi,
 produkty Gatta, Carlo Massimo,
 Carla Bonetti,
 papier ksenc, węgiel, brykiet,
 podpałki do grilla, grille jednorazowe
 zapalaki LUMIA, płyny do dezynfekcji,
 maseczki ochronne,
 testy serologiczne COVID.

Voucher może być użyty wyłącznie
 z tą kartą Moja Biedronka,
 dla której został wydrukowany.
 Aby zrealizować voucher należy przed
 dokonaniem wyboru płatności za zakupy
 okazać kartę Moja Biedronka
 (użytą przy otrzymaniu vouchera)
 oraz zeskanować voucher. Wartość
 rabatowanych produktów
 na paragonie (przed rabatem)
 musi wynieść min. 1zł więcej
 niż wartość użytego vouchera.
 Rabat z vouchera zostanie rozłożony
 proporcjonalnie na kupowane produkty.
 Voucher można wykorzystać wyłącznie
 w całości w ramach jednorazowej
 transakcji. Voucher można wykorzystać
 wyłącznie jeden raz.
 Voucherów nie można sumować
 do rabatowania jednej transakcji,
 w tym łączyć z innymi voucheraми.
 Voucher nie jest środkiem płatniczym
 i nie może być wymieniony na gotówkę.
 Voucher niewykorzystany w dniach
 od 05.12.2022 do 11.12.2022 przepada.
 Szczegóły promocji

w regulaminie na stronie biedronka.pl



91896488129
 NIEFISKALNY

2022-11-30 14:45

Vocher zawierał m.in. następującą treść: „VOUCHER RABATOWY O WARTOŚCI 50% do wykorzystania na kolejne zakupy* w dniach od: 05.12.2022 do: 11.12.2022 Na zakup produktów z kategorii art. przemysłowe i tekstylia.

**Vouchera nie można wykorzystać na Zabawki Gang Bystrzaków, Książki Gang Swojaków; Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książki Kuchnia ŚródziemnoPolska, Kuchnia polska pysznie, ekspresy do kawy Delta, chemię gospodarczą, kosmetyki, środki czyszczące, odświeżacze powietrza, baterie, żarówki Philips, filtry Dafi, produkty Gatta, Carlo Massimo, Carla Bonetti, papier ksero, węgiel, brykiet, podpatki do grilla, grille jednorazowe, zapalki LUMIA, płyny do dezynfekcji, maseczki ochronne, testy serologiczne COVID. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wydrukowany. Aby zrealizować voucher należy przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy okazać kartę Moja Biedronka (użyta przy otrzymaniu vouchera) oraz zeskanować voucher. Wartość rabatowanych produktów na paragonie (przed rabatem) musi wynieść min. 1zł więcej niż wartość użytego vouchera. Rabat z vouchera zostanie rozłożony proporcjonalnie na kupowane produkty. Voucher można wykorzystać wyłącznie w całości w ramach jednorazowej transakcji. Voucher można wykorzystać wyłącznie jeden raz. Voucherów nie można sumować do rabatowania jednej transakcji, w tym łączyć z innymi voucherami. Voucher nie jest środkiem płatniczym i nie może być wymieniony na gotówkę. Voucher niewykorzystany w dniach od 05.12.2022 do 11.12.2022 przepada. Szczegóły promocji w regulaminie na stronie biedronka.pl”.*

W ramach akcji promocyjnej JMP wydała [xxxxx] voucherów. Konsumenci aby otrzymać voucher dokonali zakupów na łączną sumę [xxxxxxxxxxx] zł. Konsumenci zrealizowali [xxxxxxx] vouchery, co stanowi ok. [xxxx] wydanych voucherów. Liczba konsumentów, którzy nie zrealizowali przynajmniej jednego vouchera otrzymanego w ramach Akcji wyniosła [xxxxxx]. Średnia wartość niezrealizowanego w ramach Akcji vouchera to [xxx] zł.

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

Interes publiczny

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm., dalej: **uokik** lub **ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów**) ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa UOKiK jest prowadzona w interesie publicznym. Prezes UOKiK podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach⁴. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes. Podejmując więc działania określone w przywołanej ustawie, organ ochrony konkurencji występuje w funkcji rzecznika interesu publicznego⁵. 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.

Do naruszenia tego interesu dochodzi zatem, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotycząc potencjalnych podmiotów na danym rynku, a nie jedynie

⁴ Por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

⁵ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001r., sygn. akt XVII Ama 108/00.

ściśle określonej ich grupy.⁶ Odbierane sygnały o niezgodnych z prawem działaniach przedsiębiorców, Prezes UOKiK ocenia pod kątem ich wpływu na ogół konsumentów.

Niniejsze postępowanie dotyczy stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na postugiwaniu się w przekazach reklamowych publikowanych w sklepach Biedronka, dotyczących akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r. informacjami, że voucher jest możliwy do zrealizowania na zakup artykułów przemysłowych i tekstyliów, w sytuacji w której jednocześnie:

- a) informacja o braku możliwości wykorzystania vouchera na: produkty chemii gospodarczej, kosmetyki, środki czyszczące, odświeżacze powietrza, komunikowana jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie konsumentom dopiero na voucherze wydawanym im po dokonaniu zakupów,
- b) Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie nigdzie nie umieszcza jednoznacznych informacji na temat produktów wchodzących w skład tych artykułów przemysłowych i tekstyliów,
- c) informacja o warunkach promocji, w tym o wyłączeniach z promocji niektórych produktów wchodzących w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów oraz odesłaniu do regulaminu promocji umieszczona jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie na materiałach reklamowych dostępnych w sklepach Biedronka w sposób nieczytelny, małą czcionką,
- d) przekazy te odsyłają do regulaminu akcji promocyjnej dostępnego wyłącznie na stronie internetowej Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie. W wyniku powyższego JMP niepodawała konsumentom w sposób czytelny, jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji na temat zasad dotyczących realizacji vouchera,

a przez to, niepodawanie konsumentom w sposób czytelny, jednoznaczny oraz we właściwym czasie istotnych informacji na temat zasad dotyczących realizacji vouchera, co wprowadza konsumentów w błąd w zakresie rzeczywistych warunków dotyczących możliwości wykorzystania vouchera w ramach promocji, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Z ustalonego w sprawie stanu faktycznego wynika, że Akcja skierowana była do wszystkich potencjalnych konsumentów, klientów stałych, robiących tam regularnie zakupy, jak i klientów okazjonalnych. Promocja obowiązywała we wszystkich sklepach sieci Biedronka w godzinach ich otwarcia. Sklepy sieci Biedronka znajdują się w różnych regionach kraju, w całej Polsce, a więc zasięg naruszeń jest ogólnopolski.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma zatem charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy w związku z Akcją byli lub mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez JMP w każdym sklepie sieci Biedronka w różnych regionach Polski. Spółka prowadzi działalność na terenie całego kraju, w ponad 3 300 swoich sklepach sieci Biedronka znajdujących się w ponad 1 100 miejscowościach, a zatem działania mogły dotyczyć nieokreślonej z góry liczby konsumentów.

W tym stanie rzeczy, Prezes UOKiK uznał, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie interesu publicznego, a więc możliwe jest poddanie kwestionowanych działań JMP dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

⁶ Por. wyrok Sądu Najwyższego z 20 kwietnia 2017r., sygn. akt: III SK 21/16; Sąd Antymonopolowy w wyroku z dnia 3 kwietnia 2002 r., sygn. akt XVII Ama 88/01, wyraźnie wskazał, iż „Celem ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie jest ochrona prywatnoprawnego interesu przedsiębiorcy bądź konsumenta”; wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 12 czerwca 2002 r., sygn. akt XVII Ama 47/2001.

pod kątem stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Ad I.

Przesłanki wydania decyzji zobowiązującej

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie natomiast do art. 24 ust. 2 tej ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 ww. ustawy).

W związku z powyższym, dla uznania, że działania przedsiębiorcy mogą naruszać zawarty w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- 2) uprawdopodobnienie, że to działanie jest bezprawne,
- 3) działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Wskazać także należy, że zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 ww. ustawy, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Powszechnie uważa się, iż decyzja zobowiązująca jest środkiem, dzięki któremu w skuteczny sposób możliwe jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodnego z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem Urzędu a przedsiębiorcą.⁷ Rozstrzygnięcie wydane w wyniku zobowiązania przedsiębiorcy dającego gwarancję spełnienia celów postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, przynosi niewątpliwą korzyść dla konsumenta, którego dobro jest szczególnie chronione przez Prezesa UOKiK.

Analiza art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pozwala stwierdzić, 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,

⁷ D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009r., s. 1048.

- uznania przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

W związku z powyższym, dla zastosowania art. 28 uokik w przedmiotowej sprawie zachodzi w pierwszej kolejności konieczność uprawdopodobnienia naruszenia przez Spółkę art. 24 ww. ustawy. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. Wydanie decyzji zobowiązującej nie wymaga bowiem udowodnienia stosowania przez Spółkę zarzucanych jej praktyk. Wystarczające jest jedynie ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, iż zarzucane praktyki miały miejsce.

Ad 1) Status przedsiębiorcy

Przepis art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy - rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r. poz. 221, dalej: **Prawo przedsiębiorców**). W myśl art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (vide art. 3 ww. ustawy).

Jeronimo Martins Polska S.A. prowadzi działalność gospodarczą jako spółka akcyjna na podstawie wpisu do KRS pod nr 0000222483. W ramach prowadzonej działalności gospodarczej Spółka prowadzi m. in. sieć sklepów Biedronka. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach, wytwarzanie gotowych posiłków i dań, produkcja pozostałych artykułów spożywczych, gdzie indziej niesklasyfikowana. Oferta sklepów Biedronka jest bardzo szeroka pod kątem asortymentu, obejmuje bowiem sprzedaż produktów spożywczych jako produktów codziennej potrzeby, a także artykuły nieżywnościowe (tzw. non-food), jak produkty drogerijne, produkty wyposażenia domu, dla dzieci i niemowląt, artykuły papiernicze, ubrania, książki, kwiaty cięte i doniczkowe itp.

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

Ad 2) Uprawdopodobnienie bezprawności

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Działanie podejmowane przez Przedsiębiorcę - opisane w sentencji decyzji - może wypełniać znamiona bezprawności, poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, co z kolei narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Nieuczciwe praktyki rynkowe

Zarzucana Spółce praktyka może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową. Zgodnie z art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845; dalej również: **upnpr** lub **ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**), stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. W myśl art. 4 ust. 1 upnpr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę 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. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się 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 wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. 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, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka wprowadzająca konsumentów w błąd jest związana bezpośrednio z promocją i dystrybucją oferowanego konsumentom produktu znajdującego się w ofercie przedsiębiorcy.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na te stypizowane w ustawie, niepodlegające ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 tej ustawy oraz te w ustawie nie wskazane, zakazane po spełnieniu przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

W myśl art. 4 ust. 2 ww. ustawy, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu praktyk. Co istotne, zgodnie z art. 4 ust. 2 zd. 2 tej ustawy, wymienione w tym przepisie praktyki nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1. ustawy.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym) jak i zaniechaniu (art. 6 tej ustawy).

Zgodnie z art. 6 ust. 1 oraz 3 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu (art. 6 ust. 3 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).⁸

⁸ A. Wiewiórowska-Domagalska, A. Kunkiel-Kryńska [w:] red. K. Osajda, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz 2019, wyd. 1, Legalis.

Konstrukcja zaniechania wprowadzającego w błąd opiera się na pozbawieniu konsumenta możliwości dokonania świadomego wyboru dotyczącego umowy przez pominięcie tzw. informacji istotnych, co powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w innych warunkach by nie podjął. Zgodnie z art. 6 u.p.n.p.r. nie każde pominięcie istotnych informacji może zostać uznane za praktykę wprowadzającą w błąd przez zaniechanie, a jedynie takie pominięcie, które wywiera (choćby potencjalnie) wpływ na podjęcie decyzji transakcyjnej przez konsumenta.⁹

W tym miejscu wskazać należy, iż w myśl art. 2 pkt 7 ww. ustawy, przez 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. Mając na względzie powyższe, nie ulega wątpliwości, iż w zakresie decyzji dotyczącej umowy wchodzi również podjęcie decyzji o skorzystaniu z akcji promocyjnej organizowanej przez przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa UOKiK w niniejszej sprawie mamy do czynienia z sytuacją, w której to Spółka w przekazach reklamowych publikowanych w sklepach Biedronka, dotyczących akcji promocyjnej „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r. postąpiła w sposób wybiórczy. Wskazywała bowiem, że voucher jest możliwy do zrealizowania na zakup artykułów przemysłowych i tekstyliów, nie podając w sposób wyczerpujący innych informacji istotnych z punktu widzenia decyzji zakupowych konsumentów, a przez to wprowadzała konsumentów w błąd w zakresie rzeczywistych warunków dotyczących możliwości wykorzystania vouchera w ramach promocji.

Model przeciętnego konsumenta

Zarzucona Spółce praktyka określona w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji podlega ocenie z punktu widzenia przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez **przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny**. Oceny tej powinno dokonać 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 m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. **Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.**

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: **TSUE, Trybunał**). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako **konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru**. Na każdym etapie zawarcia umowy przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W świetle orzecznictwa Trybunału, poziom

⁹ ibidem

percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany¹⁰.

Aby ustalić model przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny, czy jest on 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.¹¹

W przedmiotowej sprawie, zaznaczyć należy, iż oferta sklepów Biedronka jest bardzo szeroka pod kątem asortymentu. Obejmuje bowiem sprzedaż produktów spożywczych jako produktów codziennej potrzeby (tzw. AKCU), a także artykuły nieżywnościowe (tzw. non-food), jak produkty drogerijne, produkty wyposażenia domu, dla dzieci i niemowląt, artykuły papiernicze, ubrania, książki, kwiaty cięte i doniczkowe itp. Wskazać zatem można, iż jest to oferta skierowana do nieokreślonego kręgu osób, która może przyciągać stałych klientów, ale także przypadkowego kupującego. Z usług sklepów Biedronka korzystają różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz odmienną świadomości otaczającej rzeczywistości.

Niemniej zwrócić należy uwagę na fakt, iż sklepy Biedronka mają charakter dyskontów. Zgodnie z powszechną definicją, dyskont to sklep sprzedający towar w ograniczonym asortymencie i w obniżonych cenach, na co wskazuje także pochodzenie słowa - ang. *discount* - *obniżka ceny*. Główną strategią dyskontów jest więc przyciąganie klientów obecnością towarów o niskich cenach i agresywną polityką promocyjną skierowaną przede wszystkim na niskie ceny.¹²

W ocenie Prezesa UOKiK, oznacza to, iż sklepy sieci Biedronka przyciągają przede wszystkim konsumentów wrażliwych na cenę. *Wrażliwość cenowa to najprościej mówiąc relacja między poziomem ceny, a gotowością do zakupu danego produktu.*¹³ *Zwykle konsument taki pilnuje najbardziej cen produktów podstawowych, których zakup stanowi największy udział w budżecie domowym.*¹⁴

Konsument taki reprezentuje styl podejmowania decyzji zakupowych nakierowany na „dużą wartość za najniższą cenę”, czyli „pragnie uzyskać możliwie dużą wartość za pieniądze - jest wrażliwy na wyprzedaże, promocje cenowe, ale też poszukuje ogólnie niskich cen, często dokładnie porównuje produkty przed zakupem, by dobrze wydać swoje pieniądze.”¹⁵ *Zazwyczaj wrażliwość cenowa osoby o mniejszej zasobności portfela jest większa, podczas gdy konsument bogaty jest mniej wrażliwy na wysokość ceny.*¹⁶

Jednakże należy wyodrębnić podgrupę konsumentów wrażliwych na cenę, a więc konsumentów poszukujących ogólnie niskich cen, poszukujących produktów w promocji, porównujących produkty pod kątem ich większej opłacalności (wagi, ceny, jakości), dla których nieprawidłowości cenowe mogą wyrzeć większy skutek w kwestii

¹⁰ Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51.

¹¹ A. Kin, *Przeciętny konsument. Pojęcie i znaczenie dla ochrony konsumenta*, Rynek - Społeczeństwo - Kultura 03(03)/2012, s. 22,

¹² <https://pl.wikipedia.org/wiki/Dyskont>;

¹³ <https://biznes.interia.pl/gospodarka/news-klient-wrazliwy-na-ceny,nld,3515235>

¹⁴ Ibidem,

¹⁵ Radosław i Dorota Mącik, *Styl podejmowania decyzji zakupowych konsumenta i ich pomiar*, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 236.2015, s. 140, źródło: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.cejsh-eb17c40d-a10d-4c28-a5ef-247570a0292f>;

¹⁶ <https://www.livespace.io/pl/blog/psychologia-postrzegania-cen-wplyw-kontekstu-cenowego/>

podejmowanych przez nich decyzji zakupowych, a w konsekwencji bardziej wpłynąć na zasobność ich portfeli.

Niemniej, w ocenie Prezesa UOKiK, praktyka Spółki może dotyczyć wszystkich konsumentów bowiem w sklepach sieci Biedronka zakupów dokonywać może każdy konsument. Zatem model przeciętnego konsumenta należy skonstruować bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

Z uwagi na powyższe w niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznano osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy kontaktach z przedsiębiorcami, przy uwzględnieniu jednak posiadanej przez niego wrażliwości cenowej.

Ad I. pkt a) sentencji niniejszej decyzji dotyczący informacji o braku możliwości wykorzystania vouchera na: chemię gospodarczą, kosmetyki, środki czyszczące, odświeżacze powietrza, komunikowana jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie konsumentom dopiero na voucherze wydawanym im po dokonaniu zakupów

Przekazy reklamowe stosowane przez Spółkę w sklepach sieci Biedronka wskazywały, iż od 1 grudnia do 3 grudnia 2022 r. przy zakupie 3 produktów - zabawek, książek, z kartą lub aplikacją otrzyma się zwrot na voucher wynoszący 50% ich wartości. Informacja opatrzona znakiem „*”, po zdaniu „Limit dzienny - 3 produkty na kartę Moja Biedronka” w większości reklam brzmiała: „Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie). Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka Kuchnia Śródziemnopolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej liczby zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r. na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na COVID-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książek Kuchnia Śródziemnopolska, książki kucharskiej Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonych dostępna w regulaminie na www.biedronka.pl.”

Natomiast informacja na voucherze wydanym konsumentowi po spełnieniu wymogów promocji wskazywała co następuje: „Vouchera nie można wykorzystać na Zabawki Gang Bystrzaków, Książki Gang Swojaków; Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książki Kuchnia ŚródziemnoPolska, Kuchnia polska pysznie, ekspresy do kawy Delta, chemię gospodarczą, kosmetyki, środki czyszczące, odświeżacze powietrza, baterie, żarówki Philips, filtry Dafi, produkty Gatta, Carlo Massimo, Carla Bonetti, papier ksero, węgiel, brykiet, podpatki do grilla, grille jednorazowe, zapalki LUMIA, płyny do dezynfekcji, maseczki ochronne, testy serologiczne COVID. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka, dla której został wydrukowany. Aby zrealizować voucher należy przed dokonaniem wyboru płatności za zakupy okazać kartę Moja Biedronka (użytą przy otrzymaniu vouchera) oraz zeskanować voucher. Wartość rabatowanych produktów na paragonie (przed rabatem) musi wynieść min. 1zł więcej niż wartość użytego vouchera. Rabat z vouchera zostanie rozłożony proporcjonalnie na kupowane produkty. Voucher można wykorzystać wyłącznie w całości w ramach jednorazowej transakcji. Voucher można wykorzystać wyłącznie jeden raz. Voucherów nie można sumować do rabatowania jednej transakcji, w tym łączyć z innymi voucherami. Voucher nie jest środkiem płatniczym i nie może być wymieniony na gotówkę. Voucher niewykorzystany w dniach od 05.12.2022 do 11.12.2022 przepada. Szczegóły promocji w regulaminie na stronie biedronka.pl”.

Prezes UOKiK zauważa, iż informacja o niemożliwości wykorzystania vouchera na chemię gospodarczą, kosmetyki, środki czyszczące oraz odświeżacze powietrza była przekazywana konsumentom dopiero po wydaniu vouchera. Biorąc pod uwagę, iż JMP nie komunikowała konsumentom co należy do kategorii artykuły przemysłowe i tekstylia (vide poniższe uzasadnienie do pkt I.b niniejszej decyzji), mogli oni się nie spodziewać, że z tej grupy, a zatem i z promocji wyłączone zostaną produkty należące do kategorii chemii gospodarczej, kosmetyków, środków czyszczących oraz odświeżaczy powietrza. Dla przeciętnego konsumenta mogły być to bowiem produkty, które w powszechnym rozumieniu mogłyby być włączone w objęte promocją kategorie produktów, tj. produkty na które można byłoby wykorzystać voucher. Świadczy o tym również zachowanie samej Spółki, która przedstawiła ww. wyłączenia w załączniku do Regulaminu, skoro JMP wskazała wyjątki produktowe to można było się spodziewać, że należą do grupy artykułów przemysłowych lub tekstyliów.

Należy ponadto zauważyć, że kosmetyki, chemia gospodarcza czy środki czyszczące to bardzo pojemna i istotna - z punktu widzenia przeciętnego konsumenta - kategoria produktów dostępna w sklepach Biedronka. Należy zauważyć, iż są to artykuły częstego użytku, z których korzysta się codziennie lub niemal codziennie, stąd częstsza potrzeba aby je kupować - istnieje duży popyt na tę grupę asortymentową. W niniejszej sprawie konsumenci, którzy byli zainteresowani promocją ze względu na ww. charakter tych artykułów, nie mogli ich zakupić z uwagi na wyłączenia regulaminowe zastosowane przez JMP, o których nie zostali poinformowani. Zatem konsumenci zostali pozbawieni istotnej informacji na etapie przedkontraktowym, która była potrzebna do podjęcia świadomej decyzji o przystąpieniu do promocji.

W tym miejscu wskazać należy, iż jeden z konsumentów kierujących skargę do Prezesa UOKiK wskazał, iż dopiero po otrzymaniu vouchera dowiedział się, że nie może go wykorzystać na duże grupy produktowe: chemię gospodarczą, kosmetyki i środki czyszczące, co nie było nigdzie wcześniej wskazane. Również inny konsument, który zgłosił się do Prezesa UOKiK wskazał, iż dopiero po otrzymaniu vouchera zauważył długą listę produktów, których nie można zakupić przy jego użyciu. Konsumenci komentujący post Spółki zamieszczony na Facebook'u w dniu 30 listopada 2022 r., również wskazywali, iż informacje o włączeniach produktowych otrzymali dopiero po dokonaniu zakupu zabawek lub książek, czyli po otrzymaniu paragonu z voucherem.

Mając na względzie powyższe, z punktu widzenia przeciętnego konsumenta, nie uzyskał on w stosownym czasie informacji o niemożliwości wykorzystania vouchera na kilka szerokich i popularnych kategorii produktowych, które mogą być utożsamiane z objętymi promocją artykułami przemysłowymi.

Ad I. pkt b) sentencji niniejszej decyzji dotyczący niezamieszczania przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie jednoznacznych informacji na temat produktów wchodzących w skład tych artykułów przemysłowych i tekstyliów

Zgodnie z przekazem reklamowym dotyczącym Akcji, vouchery uzyskane przez klientów mogły być wykorzystane na zakup produktów przemysłowych i tekstyliów.

Prezes Urzędu zauważa, iż nie funkcjonuje jednoznaczna, powszechnie używana definicja artykułów przemysłowych, zatem przeciętny konsument może mieć swoje wyobrażenie na temat katalogu produktów wchodzących w skład tej grupy. Podkreślić również należy, iż każdy sklep może według własnego uznania kwalifikować poszczególne produkty do danych grup. W konsekwencji coś co jeden sklep uzna za artykuł przemysłowy czy tekstylny, w innym konkurencyjnym sklepie może takim artykułem nie być.

W tym miejscu wskazać należy, iż Spółka na potrzeby postępowania wyjaśniającego wyjaśniła Prezesowi UOKiK, iż do kategorii artykułów przemysłowych oraz tekstyliów w sklepach sieci Biedronka należą:

Z powyższych względów JMP powinna w sposób jednoznaczny wskazać jakie produkty wchodzi w skład produktów przemysłowych i tekstyliów w ramach organizowanej akcji promocyjnej. Skoro informacja o klasyfikowaniu produktów do danej kategorii stanowi tajemnicę przedsiębiorstwa to konsumenci nie mają możliwości aby wyrobić sobie zdanie na temat tego co w jakim sklepie należy np. do kategorii artykułów przemysłowych. Skoro konsument nie ma dostępu do takiej wiedzy to może budować sobie pogląd na podstawie doświadczenia życiowego i tak dla niektórych konsumentów kosmetyki czy chemia gospodarcza może należeć do kategorii artykułów przemysłowych. Przy takich rozbieżnościach - dotyczących praktyk przedsiębiorców prowadzących sklepy oraz poglądów samych konsumentów, Spółka powinna w sposób jednoznaczny określić przedmioty, które można było zakupić przy użyciu vouchera. Uczciwość kupiecka nakazuje aby poinformować konsumenta o tym, jakie produkty należą do kategorii objętych promocją w sytuacji kiedy grupa ta jest niezdefiniowana i na tym tle może dochodzić do różnic interpretacyjnych.

Ponadto Prezes UOKiK zauważa, iż Regulamin (który zresztą nie był dostępny dla konsumentów bezpośrednio przy dokonywaniu zakupów, w sieci sklepów Biedronka - vide poniższe uzasadnienie do pkt I.d niniejszej decyzji - a więc informacje tam zawarte i tak mają drugorzędne znaczenie dla sprawy) nie rozwiewał wątpliwości konsumentów dotyczących tego, co takimi artykułami jest, bowiem Spółka w przywołanym wcześniej Załączniku nr 2 do Regulaminu wskazała jedynie grupy produktów, których zakup nie uprawniał do wykorzystania vouchera.

W tym miejscu wskazać należy, iż konsumenci w swych skargach podnosili, iż jednoznacznych informacji na temat produktów, które mogliby zakupić za pomocą vouchera, jak również tych wyłączonych, nie byli w stanie przekazać pracownicy sklepów Biedronka, konsultanci BOK, a także nie można ich było uzyskać poprzez kontakt ze Spółką na portalu Facebook.

Mając na względzie powyższe, konsumenci zarówno na etapie przedkontraktowym (tj. przed wykonaniem zakupów), ale również w ramach wykonania kontraktu (a więc po otrzymaniu vouchera) nie wiedzieli jakie produkty z asortymentu w sklepach sieci Biedronka należą do kategorii artykułów przemysłowych i tekstyliów. W związku z tym nie wiedzieli na jakie dokładnie produkty mogą a jakie nie mogą zostać zakupione przy użyciu vouchera. Spółka nie wyjaśniła bowiem jakie produkty dostępne w sklepach sieci Biedronka wchodzi w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów.

Ad I. pkt c) sentencji niniejszej decyzji dotyczący informacji o warunkach promocji, w tym o włączeniach niektórych produktów wchodzących w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów oraz odesłaniu do regulaminu promocji umieszczona jest przez Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie na materiałach reklamowych dostępnych w sklepach Biedronka w sposób nieczytelny, małą czcionką

W tym miejscu wskazać należy, iż Spółka w przekazach reklamowych publikowanych w jej sklepach stacjonarnych zawarła istotne informacje na temat warunków promocji, w tym dotyczących wyłączeń produktów, których zakup nie uprawnia do wykorzystania vouchera. Warunki te zostały oznaczone w materiałach reklamowych symbolem „*” i zawierały następującą treść: *„Przy zakupie 3 zabawek lub książek z kartą Moja Biedronka (na jednym paragonie). Uczestnik może otrzymać voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście za nie zapłaconej tj. po naliczeniu innych rabatów i obniżek). Produkty zakupione w ramach akcji nie podlegają zwrotowi. Akcja nie łączy się z innymi akcjami promocyjnymi. W promocji nie biorą udziału: Książki Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książki Czas na (...), książka Kuchnia ŚródziemnoPolska, książka kucharska Kuchnia polska pysznie, Zabawki Gang Bystrzaków. Przy zakupie większej ilości zabawek lub książek niż 3, Uczestnik otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki. Voucher można wykorzystać w dniach 5.12-11.12.2022 r.*

na zakup art. przemysłowych i tekstyliów z wyłączeniem: ekspresów Delta, maseczek ochronnych, testów serologicznych na covid-19, książek Gang Swojaków, Gang Bystrzaków, książek Czas na (...), książek Kuchnia ŚródziemnoPolska, książek kucharska Kuchnia polska pysznie, zabawek Gang Bystrzaków i innych produktów wymienionych na liście. Voucher może być użyty wyłącznie z tą kartą Moja Biedronka dla której został wydrukowany. Voucherów nie można łączyć. Oferta obowiązuje od 1.12 do 3.12.2022 r. Produkty dostępne do wyczerpania zapasów. Szczegóły, lista produktów biorących udział w promocji oraz wyłączonych w regulaminie na www.biedronka.pl.” W ocenie Prezesa UOKiK przekazy te mogły w sposób nieczytelny informować konsumentów na temat warunków promocji, w tym wyłączeń niektórych produktów wchodzących w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż materiały reklamowe stosowane przez Spółkę w sklepach sieci Biedronka eksponowały wyłącznie informacje na temat korzyści wynikającej z promocji - zwrotu 50% wartości zabawek i książek na voucher przy zakupie 3 produktów z kartą lub aplikacją. Dane te wskazywane były dużą czcionką i zajmowały ok. 3/4 powierzchni materiału reklamowego. Natomiast informacje na temat skomplikowanych warunków promocji, w tym dotyczące ww. włączeń produktowych, poddawane były bardzo małą czcionką, co mogło czynić zapis istotnych warunków promocji (oznaczonych znakiem „*”) nieczytelny, a więc niewidocznym z pewnej dalszej odległości. Wszystko uzależnione było tak naprawdę od spostrzegawczości konsumentów, ich dobrego wzroku, odległości w jakiej byli od określonych nośników reklamowych, a nawet od czasu przez jaki zapoznawali się z tymi materiałami.

Dysproporcja najbardziej zauważalna jest na cenówkach, które, jak deklaruje Spółka, zamieszczane są w miejscu ekspozycji produktów objętych promocją. Przypomnieć należy, iż przekaz oznaczony znakiem „*” wskazywał m.in. na brak możliwości zwrotu zakupionych towarów (zabawek, książek), na fakt nielączenia akcji z innymi akcjami promocyjnymi, na wyłączenia z promocji, na przedział datowy wykorzystania vouchera, na zasadę, iż przy zakupie większej ilości zabawek lub książek niż 3 konsument otrzyma voucher o wartości 50% ceny rzeczywiście zapłaconej za 3 najtańsze kupowane zabawki lub książki, na wyłączenia czego nie można zakupić za voucher, na zasadę, iż voucherów nie można łączyć, że trzeba użyć voucher z kartą Moja Biedronka dla której został on wydrukowany, jak również na odesłanie do regulaminu akcji promocyjnej znajdującego się na stronie www.biedronka.pl.

W ocenie Prezesa UOKiK większość konsumentów w warunkach sklepowych mogła mieć problem z odczytaniem informacji oznaczonych symbolem „*”, które to stanowiły istotne informacje potrzebne konsumentom do podjęcia decyzji o skorzystaniu z promocji. Zdaniem organu ochrony konsumentów, każdy przedsiębiorca organizując dla konsumentów promocje, powinien tak tworzyć jej zasady, aby były one nieskomplikowane dla przeciętnego odbiorcy i mógł on w łatwy i przystępny sposób zapoznać się ze wszystkimi jej istotnymi warunkami, w szczególności jeżeli może to wpłynąć na odbiór przez nich głównych haseł reklamowych, czyli jak w tym przypadku tych, które wskazywały na możliwość wykorzystania vouchera na materiały przemysłowe i tekstylia. Nie jest więc zasadne i właściwe tworzenie takich ofert promocyjnych dla konsumentów, w których jest wiele wyłączeń lub innych ograniczeń, względem głównych haseł reklamowych (które są znacząco eksponowane) a następnie przekazanie ich w materiałach reklamowych w sposób bardzo utrudniony, nieczytelny, z uszczerbkiem dla czytelności i jednoznaczności przekazu. Nie może bowiem być akceptowana taka sytuacja, w której w materiałach promocyjnych dużymi i przyciągającymi wzrok określeniami (uwzględniając również kolor, czy wielkość czcionki) eksponuje się tylko zalety danej promocji, jeżeli z uwagi na zasady wprowadzone przez jej organizatora, zalety te doznają istotnego uszczerbku i przekaz reklamowy nie jest przez to jednoznaczny i czytelny dla odbiorcy.

Prezes UOKiK wskazuje, iż ww. dysproporcja wskazywania informacji w przekazach reklamowych została zauważona przez konsumentów komentujących post Spółki

opublikowany na jej koncie na portalu Facebook w dniu 30 listopada 2022 r. Niektórzy konsumenci wskazywali, iż nie odnotowali w sklepach informacji na temat tego, że voucher będzie uprawniał do dokonania zakupów tylko artykułów przemysłowych i tekstyliów. Tak samo konsument, który złożył skargę do Prezesa UOKiK.

Prezes Urzędu zauważa, iż niewątpliwie informacja na temat warunków promocji, w tym o produktach, których nie można było kupić przy użyciu vouchera, jak i o produktach, jakie można za niego zakupić, stanowi istotną informację potrzebną konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej przystąpienia do akcji promocyjnej. Konsument z chwilą podjęcia decyzji o skorzystaniu z promocji - tu nabycia produktów uprawniających do otrzymania vouchera, powinien wiedzieć o istotnych warunkach promocji, w tym o istnieniu wyłączeń produktowych w zakresie wykorzystania vouchera. Zwłaszcza w sytuacji, kiedy po otrzymaniu vouchera - zakupienia określonych produktów (tu zabawek i książek) konsument w myśl reguł określonych przez Spółkę, nie miał możliwości dokonania zwrotu produktów, co oznacza, iż konsument nie mógł zrezygnować z otrzymanego vouchera. Zgodnie z treścią Regulaminu, produktów promocyjnych - książek i zabawek objętych promocją, nie można było zwrócić, co nie wyłączało prawa konsumenta do uprawnień z tytułu rękojmi za wady rzeczy oraz z gwarancji (vide § 2 regulaminu).

Prezes UOKiK pragnie w tym miejscu wskazać, iż w niniejszych okolicznościach konsumenci z uwagi na nieczytelność informacji dotyczącej odesłania do Regulaminu zamieszczonego na stronie internetowej Spółki, mogli nie mieć świadomości, iż taki regulamin został stworzony i obowiązuje do tej akcji promocyjnej.

Ad pkt I. d) sentencji niniejszej decyzji dotyczący przekazów odsyłających do regulaminu akcji promocyjnej dostępnego wyłącznie na stronie internetowej Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie

Spółka na potrzeby omawianej akcji promocyjnej stworzyła Regulamin, który przedstawiał m.in. zasady akcji, zasady wykorzystania vouchera, cytowane we wcześniejszej części decyzji. Regulamin ten został zamieszczony wyłącznie na stronie internetowej Spółki.

Prezes UOKiK zauważa, co już zostało zasygnalizowane powyżej, iż w niniejszym przypadku ograniczenie się do zamieszczenia Regulaminu w internecie było niewystarczające. JMP organizując omawianą akcję promocyjną określiła skomplikowane warunki. Konsumenci mieli problem z otrzymaniem rzetelnych informacji m.in. na temat tego jakie produkty mogą kupić za voucher a jakie nie. Informacje na temat niektórych zasad promocji zostały wskazane w materiałach reklamowych w sposób nieczytelny, małą czcionką.

Prezes Urzędu zauważa, iż dla niektórych konsumentów pozyskanie regulaminu dostępnego wyłącznie na stronie internetowej nie będzie zawsze możliwe. Mimo, iż dostęp do internetu jest aktualnie powszechny, to nadal istnieją grupy konsumentów, które są zagrożone wykluczeniem cyfrowym np. osoby starsze, osoby z niskim wykształceniem, mieszkańcy wsi, osoby z niepełnosprawnościami.¹⁷ Mogą zdarzyć się również sytuacje, w których sklepy Biedronka znajdują się w miejscach z gorszym dostępem do internetu bezprzewodowego w technologii umożliwiające swobodne pobranie pliku z sieci (tzw. białe plamy). Na powyższe wskazywał konsument zgłaszający skargę do Prezesa Urzędu, a także konsument komentujący post Spółki zamieszczony w dniu 30 listopada 2022 r. na portalu Facebook.

W ocenie Prezesa UOKiK, z uwagi na brak dostępności regulaminu promocji w sklepach, w których były oferowane produkty - zarówno te, które uprawniały

¹⁷ <https://odpowiedzialnybiznes.pl/aktualno%C5%9Bci/na-czym-polega-wykluczenie-spoeczno-cyfrowe/>

do otrzymania vouchera, jak i jego późniejszej realizacji, konsumenci nie mogli w łatwy i szybki sposób (inaczej, niż gdyby jeżeli regulamin i lista wyłączeń byłyby dostępne np. przy kasach czy przy oferowanych produktach) zweryfikować warunków promocji na miejscu, bezpośrednio po zapoznaniu się z materiałami promocyjnymi dotyczącymi analizowanej promocji.

Wpływ na decyzję konsumentów dotyczącą umowy

Zdaniem Prezesa UOKiK, gdyby przekazy reklamowe :

- informowały o niemożności wykorzystania vouchera na zakup produktów z kategorii: chemia gospodarcza, kosmetyki, środki czyszczące i odświeżacze powietrza,
- zawierały jednoznaczne informacje na temat konkretnych produktów wchodzących w skład art. przemysłowych i tekstyliów,
- w sposób czytelny, przy użyciu odpowiedniej wielkości czcionki informowały o warunkach promocji, w tym o włączeniach niektórych produktów wchodzących w skład artykułów przemysłowych i tekstyliów,
- nie tyle odsyłały do zapisów regulaminu dostępnego wyłącznie w internecie, co podawały istotne informacje dla konsumentów o zasadach promocji o nieskomplikowanym charakterze w sklepach,

zainteresowanie konsumentów akcją promocyjną mogłoby być o wiele mniejsze, niż w wyniku nieczytelnego, napisanego małą czcionką przekazu informującego wybiórczo o skomplikowanych zasadach akcji promocyjnej, która w sposób niedostateczny została określona w Regulaminie. Stosowane przez Spółkę przekazy reklamowe w omawianym brzmieniu, eksponujące wyłącznie zalety promocji, mogły wpłynąć na większe zainteresowanie konsumentów akcją promocyjną i na podjęcie przez nich czynności zmierzających do uzyskania vouchera, którego, jak już wcześniej wskazano, konsumenci nie mieli możliwości zwrócić - Spółka wyłączyła możliwość zwrotu zabawek i książek zakupionych w celu uzyskania vouchera.

Prezes UOKiK zauważa, iż w niniejszej sprawie wystąpiły jednocześnie cztery przejawy zachowań wskazane w pkt I.a)-d) sentencji niniejszej decyzji, niemniej jednak w sytuacji, w której zaistniałyby tylko jedno lub niektóre z nich, to w ich wyniku nadal mogłoby mieć miejsce wprowadzanie konsumentów w błąd odnośnie rzeczywistych warunków odnoszących się do możliwości zrealizowania vouchera w omawianej akcji promocyjnej.

W niniejszej sprawie istotne jest również to, iż akcja promocyjna dotycząca zabawek i książek z tak wieloma włączeniami miała miejsce na początku grudnia, przed obchodzonymi 6 grudnia Mikołajkami. Spółka w swym poście zamieszczonym na portalu Facebook wskazywała, iż omawiana promocja ma odpowiadać na zapotrzebowanie konsumentów w zakresie zakupu prezentów na Mikołajki. Był to dodatkowy impuls dla konsumentów, aby skorzystać z promocji, gdyż to w tym okresie poszukują oni ze wzmożoną intensywnością podarunków dla dzieci, w szczególności w postaci zabawek czy książek. Nie bez powodu też spot reklamowy emitowany był przez Spółkę w stacjach telewizyjnych nadających programy wyłącznie dla dzieci, które to w ramach obchodzonych Mikołajek mogły sobie zażyczyć od dorosłych np. zabawek zwyczajowo wręczanych z tej okazji.

Mając na względzie powyższe, w ocenie Prezesa UOKiK, zostało uprawdopodobnione, że zachowanie Spółki opisane w sentencji decyzji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 oraz 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a tym samym może naruszać zakaz opisany w art. 3 tej ustawy.

Ad 3) Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Konieczność ochrony zbiorowych interesów konsumentów zachodzi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy.

Oceniając działanie przedsiębiorcy przez pryzmat definicji zawartej w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należy ustalić, czy jego działania mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta, czyli gdy są powszechne. W orzecznictwie ugruntował się pogląd, zgodnie z którym naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.

W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że określenie stałego, czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest ani możliwe, ani zasadne. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest powiązane z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).

Zdaniem Prezesa UOKiK w rozpatrywanej sprawie możemy mieć do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów - wszystkich konsumentów, którzy byli zainteresowani akcją promocyjną „Magia Rabatów - Zabawki i Książki - Voucher od 01.12.2022 r. do 03.12.2022 r.”. Przypomnieć należy, iż akcja ta skierowana była do wszystkich konsumentów i obowiązywała we wszystkich sklepach sieci Biedronka znajdujących się w ponad 1 100 miejscowościach w Polsce. Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki nie dotyczyły zindywidualizowanego kręgu osób. Potencjalnie każdy konsument mógł skorzystać z ww. promocji. Nie mamy tutaj również do czynienia z sytuacją, w której Przedsiębiorca występuje ze swoją ofertą do poszczególnych, zindywidualizowanych konsumentów z osobna.

Z tego względu, w ocenie Prezesa Urzędu, interes konsumentów, który mógł zostać naruszony w wyniku działań podejmowanych przez Spółkę nie stanowi sumy indywidualnych interesów poszczególnych klientów, lecz ma charakter zbiorowy, co przesądziło o uznaniu za uprawdopodobnione, iż działania te godziły w zbiorowy interes konsumentów.

Mając na względzie powyższe należy uznać, iż spełniona została przesłanka dotycząca godzenia opisanym zachowaniem Spółki z zbiorowe interesy konsumentów.

Złożenie zobowiązania przez Przedsiębiorcę i nałożenie przez Prezesa UOKiK obowiązku wykonania tego zobowiązania

Spółka złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów na początkowym etapie toczącego się

postępowania w sprawie podejrzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Uwzględniając uwagi Prezesa Urzędu przedsiębiorca zmodyfikował i doprecyzował złożony wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej. Treść zobowiązania Spółki została przedstawiona w sentencji niniejszej decyzji.

Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. Przedmiot zobowiązania pozostaje w bezpośrednim związku z zarzucaną przez Prezesa Urzędu praktyką. Kwestionowana praktyka została zaniechana przed wszczęciem postępowania stąd zobowiązanie JMP obejmuje jedynie działania zmierzające do usunięcia skutków naruszeń.

Złożone przez Przedsiębiorcę zobowiązanie przewiduje przyznanie konsumentom, którzy nie zrealizowali z jakichkolwiek względów vouchera/voucherów otrzymanych w ramach Akcji, vouchera o wartości 150 zł. Voucher ten będzie przyznany automatycznie na kartę Moja Biedronka. Konsumenti nie będą musieli dokonywać za swoje środki zakupów w celu wykorzystania vouchera. Voucher można przeznaczyć na zakup artykułów z oferty sklepów sieci Biedronka oprócz tych zwyczajowo wyłączonych z akcji promocyjnych (wskazanych w sentencji decyzji). Konsumenti na zrealizowania vouchera będą mieli rok od momentu jego wydania.

W tym miejscu wskazać ponownie należy, iż liczba konsumentów, którzy nie zrealizowali przynajmniej jednego vouchera w trakcie Akcji było [xxxxx], łącznie niewykorzystanych voucherów jest [xxxxx]. Spółka w ramach programu Moja Biedronka jest w stanie dotrzeć do [xxxxx] konsumentów. JMP skieruje do nich wiadomości tekstowe informujące o automatycznie przyznanym na kartę Moja Biedronka voucherze o wartości 150 zł. Pozostali konsumenci, którzy mogli zostać dotknięci omawianą praktyką zostaną powiadomieni o możliwości otrzymania rekompensaty różnymi kanałami informacyjnymi - poprzez stronę internetową JMP, aplikację mobilną Biedronka, konto Spółki na portalu Facebook, a także poprzez informację zamieszczoną we wszystkich sklepach sieci Biedronka. Tacy konsumenci, po uprzednim kontakcie z Biurem Obsługi Klienta, w terminie 14 dni od otrzymania pozytywnej weryfikacji danych konsumenta, otrzymają e-kod na warunkach dla ww. vouchera.

W tym miejscu wskazać należy, iż usunięciem skutków praktyk objętych zostanie znaczna liczba konsumentów - docelowo [xxxxx]. Wartość przyjaznego vouchera wynosi 150 zł, przy czym średnia wartość niezrealizowanego w ramach Akcji vouchera wyniosła [xxx] zł. Zatem voucher przyznany konsumentom w ramach niniejszego zobowiązania znacznie przewyższa wartość niezrealizowanego vouchera w ramach Akcji. Ponadto konsumenci będą mogli wykorzystać voucher na produkty dostępne w sieci sklepów Biedronka (z wyłączeniem: napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, preparatów początkowego żywienia niemowląt oraz wszelkich usług czy doładowań, w tym doładowań telefonów, kart podarunkowych czy doładowań kart podarunkowych) w ciągu roku od jego otrzymania. Dla przypomnienia, w ramach Akcji asortyment do kupienia był mocno ograniczony, tak samo czas na skorzystanie z vouchera.

Zadaniem Prezesa Urzędu, zaproponowana rekompensata znajduje zasadność w niniejszym stanie faktycznym, gdyż odnosi się do szerokiego grona konsumentów (klientów Spółki) i uwzględnia w przedmiotowym stanie faktycznym stopień naruszenia i jego realny wpływ na podjęcie przez konsumentów decyzji dotyczącej zwarcia umowy ze Spółką.

Wdrożenie zaproponowanych przez Spółkę działań spowoduje usunięcie skutków stosowanych praktyk w możliwie największym stopniu, a jednocześnie pozwoli na uniknięcie czasochłonnego prowadzenia postępowania administracyjnego, a następnie ewentualnego postępowania sądowego w procesie odwoławczym. Wypełnienie wnioskowanego przez Spółkę zobowiązania pozwoli osiągnąć podstawowe cele decyzji zobowiązującej, a mianowicie szybkość i efektywność załatwienia sprawy dla dobra interesu publicznego.

W tym miejscu wskazać należy, iż Spółka w toku postępowania wyraziła także zobowiązanie do podjęcia działań związanych z akcjami promocyjnymi w obszarze non-food polegających na:

- zmianie wielkości czcionki stosowanej przy tworzeniu materiałów marketingowych, w taki sposób, aby była bardziej czytelna dla konsumentów,
- uproszczeniu mechanizmów akcji promocyjnych polegających np. na ograniczeniu liczby włączeń kategorii produktowych,
- uszczegółowieniu komunikatów kierowanych do konsumentów poprzez umieszczenie w materiale marketingowym niezbędnych informacji do podjęcia przez konsumenta decyzji o wzięciu udziału w akcji,
- udostępnieniu regulaminu w formie pisemnej w sklepie i na stronie internetowej JMP przy promocjach o złożonym mechanizmie.

Powyższe nie dotyczy *stricte* zarzucanej Spółce praktyki stąd nie znalazło odzwierciedlenia w sentencji niniejszej decyzji, niemniej jednak Prezes UOKiK będzie monitorował stosowanie się przez JMP do powyższego zobowiązania. W sytuacji sprzeniewierzenia się swojej deklaracji przez Spółkę Prezes Urzędu może podjąć stosowne działania w ramach kompetencji posiadanych na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając powyższe na uwadze Prezes UOKiK uznał za celowe nałożenie na Spółkę obowiązku wykonania przedłożonego zobowiązania. Tym samym spełnione zostały warunki niezbędne do wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec powyższego Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.

Ad II.

Nałożenie przez Prezesa UOKiK na przedsiębiorcę obowiązku składania informacji o stopniu realizacji zobowiązania

Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązania.

Na podstawie tego przepisu Spółka została zobowiązana do złożenia - w terminach wskazanych w punkcie II sentencji niniejszej decyzji - informacji o stopniu realizacji ww. zobowiązania i dowodów potwierdzających jego wykonanie.

W ocenie Prezesa Urzędu terminy wskazane w punkcie II sentencji niniejszej decyzji są wystarczające do tego, aby Prezes Urzędu uzyskał wyczerpujące informacje o stopniu realizacji zobowiązania, które Spółka zobligowana jest wykonać. Wyznaczony termin dotyczący przekazania informacji o stopniu realizacji zobowiązania jest racjonalny z punktu widzenia możliwości wykonania przez Spółkę obowiązku sprawozdawczego. Jednocześnie termin ten umożliwi Prezesowi Urzędu odpowiednią weryfikację realizacji zobowiązania przez Spółkę.

Wobec powyższego Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c.- od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy.

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 2023 r., poz. 1144 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, 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 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 k.p.c. 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 wykaze, 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 upoważnienia Prezesa Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Piotr Adamczewski