

# **DELEGATURA UOKiK W KATOWICACH**

Katowice, dn. 19.06.2007r.

RKT-61-1/07/SB

## **DECYZJA Nr RKT-18/2007**

Stosownie do art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 ze zmian.) i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 18, poz. 172 ze zmian.), w związku z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 z zm.) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko „EURODOM” Spółce jawnej Piotrowi Trzepaczce, Rafałowi Trzepaczce, ul. Uczniowska 7 w Bielsku-Białej - działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

I. Na podstawie art. 23c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 23a ust. 1 i 2 tej ustawy **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** bezprawne działanie „EURODOM” Spółki jawnej Piotra Trzepaczki, Rafała Trzepaczki, polegające na naruszeniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie podawanie rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu w rozpowszechnianych ulotkach zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumentckiego, co jest sprzeczne z art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 100, poz. 1081 z zm.)

**i nakazuje się zaniechania jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 72 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 75 tej ustawy, postanawia się obciążyć „EURODOM” Spółkę jawną Piotr Trzepaczka, Rafał Trzepaczka kosztami przeprowadzonego postępowania i zobowiązać Spółkę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty 39 PLN (słownie złotych: trzydzieści dziewięć).

### **Uzasadnienie**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) przeprowadzone zostało z urzędu postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością „EURODOM” Spółki jawnej Piotra Trzepaczki, Rafała Trzepaczki (zwaney dalej EURODOM lub Spółką) występuje naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwaney też dalej ustawą antymonopolową).

W dniu 8.01.2007r. postanowieniem nr 1 na podstawie ustaleń dokonanych w ww. postępowaniu organ antymonopolowy wszczął z urzędu postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez ww. Spółkę bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co mogło stanowić naruszenie art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy antymonopolowej, polegającego na naruszeniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie podawanie rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu w rozpowszechnianych ulotkach zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumentckiego, co mogło być sprzeczne z art.16 ustawy o kredycie konsumenckim (Karta nr 1).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów EURODOM wyjaśnił, iż na każdej z rozpowszechnianych ulotek reklamowych wskazany jest rzeczywisty roczny koszt kredytu przez zastosowanie powszechnie używanego skrótu APR bądź też, zaznaczając w zależności od rodzaju oferty i oferowanego towaru, iż rzeczywisty koszt roczny kredytu wynosi 0%. Dodatkowo przekazano przykładowe ulotki reklamowe kolportowane na terenie Jastrzębia Zdroju.

### **Organ antymonopolowy ustalił, co następuje:**

W trakcie postępowania, organ antymonopolowy ustalił, że Spółka prowadzi działalność polegającą na sprzedaży artykułów RTV i AGD, która może być finansowana kredytem konsumenckim udzielanym na podstawie ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 100, poz. 1081 z zm.). Działalność jest prowadzona przez „EURODOM” Spółkę jawną Piotr Trzepaczka, Rafał Trzepaczka, ul. Uczniowska 7 w Bielsku-Białej zgodnie z wpisem do KRS o numerze 0000256358 (Karta nr 27).

Oceniana praktyka dotyczy treści informacji zamieszczanych na ulotkach reklamowych, reklamujących ofertę sklepu położonego w Jastrzębiu Zdroju. Jak ustalono ulotki są rozpowszechniane bezpośrednio do domów konsumentów na terenie miasta Jastrzębia Zdroju oraz okolicznych miejscowości m.in. Markłowic, Mszany, Pawłowic, Pszowa, Radlina, Rydułtów, Suszca, Rybnika, Wodzisławia Śl. (Karty nr 46-52). Są one dostarczane bezpośrednio do domów konsumentów na podstawie umowy zawartej z Poczta Polska.

Oceniane ulotki przedstawiają zdjęcia konkretnych produktów RTV oraz AGD. Część z nich została oznaczona wartościami zdefiniowanymi jako „rata ... zł”. W takiej sytuacji ulotki dodatkowo zawierają następujące informacje:

- „APR=0% (Dotyczy symulacji na 36 rat)” (Karta nr 6),
- „APR od 19,01 do raty na 36 miesięcy” (Karta nr 43-verte),
- „APR=0%” (Karta nr 41),
- „APR = 20,96” (Karta nr 42-verte).

### **W toku niniejszego postępowania organ antymonopolowy zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy antymonopolowej za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Ustawa antymonopolowa w art. 23 a ust. 2 stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 23a ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy na mocy art. 23c ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. /Por. Ustawa o

zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwaji, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/

Wobec powyższego, aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Zarzucana praktyka, dotyczy naruszenia obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez nie podawanie rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu w rozpowszechnianych ulotkach zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego, co jest sprzeczne z art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim.

Zgodnie z art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim, w ofertach i reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających jakiegokolwiek dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego, kredytodawca lub podmiot pośredniczący w zawarciu umowy są obowiązani podawać rzeczywistą roczną stopę oprocentowania, wyliczoną od całkowitego kosztu kredytu.

„Rzeczywista roczna stopa oprocentowania realizuje w najpełniejszy sposób potrzebę zapewnienia przejrzystości umowy o kredyt konsumencki, tak by jej warunki mogły stać się przedmiotem łatwego porównania przez konsumenta i tym samym elementem rzeczywistej konkurencji. W uzasadnieniu projektu rządowego ustawy o kredycie konsumenckim czytamy, że jednolity sposób obliczenia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania umożliwi konsumentom porównanie oferowanych im na rynku kredytów.

Konstrukcja rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (art. 4 ust. 2 pkt 6 u.k.k.) została przejęta z dyrektywy. W istocie tożsame pojęcie wprowadza art. 1 ust. 2 pkt e dyrektywy, w myśl którego „efektywna roczna stopa oprocentowania” oznacza całkowity koszt kredytu konsumenckiego, wyrażony jako procent kwoty udzielonego kredytu przypadający na rok, obliczony zgodnie z art. 1a. Natomiast art. 1a ust. 1 lit. a dyrektywy wskazuje, że: „Efektywna roczna stopa oprocentowania, która jest równoważna, w stosunku rocznym, obecnej wartości wszystkich zobowiązań (pożyczki, spłaty i opłaty), przyszłych bądź obecnych, uzgodnionych między kredytodawcą i kredytobiorcą, jest obliczana zgodnie ze wzorem matematycznym określonym w załączniku II.”<sup>1</sup>

Wymóg podawania w ulotkach reklamowych informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania ma zagwarantować konsumentowi możliwość oceny faktycznego kosztu udzielonego kredytu oraz porównanie go z innymi dostępnymi na rynku ofertami kredytowymi. Brak tych informacji narusza interesy konsumentów, gdyż ogranicza ich prawo do samodzielnej oceny skutków finansowych związanych z zaciągnięciem kredytu.

Skrót APR pochodzący od określenia „Annual percentage rate” został zaczerpnięty z Dyrektywy nr 98/7/EC, oraz odpowiada on polskiemu pojęciu rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania. Natomiast przepisy prawa w tym ustawa o kredycie konsumenckim, nie posługują się ww. skrótem odnosząc się do pojęcia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania.

Ze zgromadzonych w postępowaniu dokumentów wynika, iż dokonanie zakupu w placówce handlowej w Jastrzębiu Zdroju może być finansowane kredytem. Możliwość ta jest reklamowana przez Spółkę poprzez ulotki dostarczane bezpośrednio do domów i mieszkań konsumentów. Przedmiotowe ulotki zawierają dane dotyczące kosztu kredytu, tj. ceny, wartości raty, ilości rat. Dlatego też zgodnie z ww. przepisami Spółka, której oferta jest reklamowana, musi podawać informację o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania.

Treści ulotek poddanych ocenie w niniejszym postępowaniu zawierają następujące określenia: „APR=0% (Dotyczy symulacji na 36 rat)” (Karta nr 6), „APR od 19,01 do raty na 36 miesięcy” (Karta nr 43-verte), „APR=0%” (Karta nr 41), „APR = 20,96” (Karta nr 42-verte).

W sprawie przedmiotowych informacji, organ antymonopolowy stwierdził, iż gdy w ulotkach oferta kredytowa dotyczyła „APR=0% (Dotyczy symulacji na 36 rat)”, w faktycznie

<sup>1</sup> komentarz Romana Trzaskowskiego do art. 4 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim, LexPolonica

zawartych umowach dotyczących spłaty kredytu w 36 ratach, rzeczywista roczna stopa oprocentowania wynosiła 25,44% i 26,10% (Karty nr 34, 36 i 38). Zgodnie z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim sposób obliczenia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania powinien być taki sam, bez względu na to czy dotyczy on wielkości, które mają być umieszczone na ulotkach, czy też w umowach. Tym samym wielkości podawane na ulotkach dotyczące rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, muszą odpowiadać warunkom, na jakich są zawierane umowy, co do tych samych ilości rat.

Biorąc pod uwagę powyższe, organ antymonopolowy po dokonaniu analizy całości materiału zgromadzonego w sprawie stwierdził, iż zadeklarowane na ulotkach wielkości określone jako „APR” nie odpowiadają rzeczywistym rocznym stopom oprocentowania umieszczonym w faktycznie zawartych umowach. Dlatego też zostało uznane, iż podane na ulotkach ww. wartości nie mogą być uznane za wykonanie nakazu określonego w art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim polegającego na podaniu w ulotkach informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania.

W opinii organu antymonopolowego, podanie informacji określonej jako „APR” nie gwarantuje konsumentom, iż podany współczynnik został wyliczony zgodnie z ustawowym wzorem dotyczącym rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania. Konsument otrzymując informację określoną jako APR nie ma możliwości ustalenia, jakie warunki kredytu przedmiotowy współczynnik obejmuje. Spółka odnosząc się do zarzutu postawionego we wszczęciu postępowania stwierdziła, iż na każdej z ulotek wskazywany jest rzeczywisty roczny koszt kredytu przez zastosowanie powszechnie używanego skrótu APR, bądź też zaznaczane jest w zależności od rodzaju oferty i oferowanego towaru, iż rzeczywisty koszt roczny kredytu wynosi 0% (Karta nr 40). Z treści powyższych wyjaśnień wynika, iż Spółka w inny sposób niż wynika z ustawy o kredycie konsumenckim definiuje współczynnik APR. Tym samym podane w ulotkach dane nie spełniają roli, jaka jest przyporządkowana rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, tj. gwarancji finansowych kosztów wiążących się z zaciągnięciem kredytu oraz możliwości porównania ich z innymi ofertami kredytowymi.

W przedmiotowym przypadku bezprawność praktyki wynika wprost z naruszenia obowiązków nałożonych przez ustawę w zakresie zamieszczenia w reklamach informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania wyliczonej w sposób ściśle określony przez ustawę o kredycie konsumenckim. Ustawa w sposób jednoznaczny określa również, jaką nazwą przedsiębiorcy mają się posługiwać określając powyższą wartość. Ponieważ Spółka nie zastosowała się do tego obowiązku, organ antymonopolowy uznał, iż naruszone zostało prawo konsumentów do otrzymania rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji w powyższym zakresie. Oceniana praktyka narusza również ekonomiczne interesy konsumentów, gdyż na podstawie dostarczonych im ulotek reklamujących możliwość zakupu przy wykorzystaniu kredytu, podejmując decyzje nie mogą oni ocenić wszystkich finansowych skutków wiążących się z zaciągnięciem zobowiązania finansowego, które określa współczynnik o nazwie rzeczywista roczna stopa oprocentowania.

Oceniane ulotki reklamowe przedsiębiorca kieruje do nieograniczonej ilości konsumentów mieszkających na terenie Jastrzębia Zdroju oraz okolicznych miast. Ulotki są dostarczane bezpośrednio do skrzynek na listy w domach lub blokach mieszkalnych. Przedmiotowy sposób kolportowania ulotek, powoduje, że ich odbiorcami jest nieograniczona liczba potencjalnych klientów, a więc stosowana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Biorąc pod uwagę powyższe przesłanki, należy stwierdzić, że bezprawnym, a więc naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jest nie podanie na rozprawdzanych ulotkach reklamowych wielkości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, kredytu wyliczonej w oparciu o całkowite jego koszty oraz nie określenie jej zgodnie z ustawą o kredycie konsumenckim.

W związku z powyższym za uzasadnione należało orzec jak w pkt I sentencji decyzji.

**II.** Na podstawie art. 72 ustawy antymonopolowej, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca lub związek przedsiębiorców, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 75 ustawy antymonopolowej, organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

Postępowanie przeciwko „EURODOM” spółce jawnej Piotr Trzepaczka, Rafał Trzepaczka, w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zostało wszczęte z urzędu. Na podstawie ustaleń dokonanych w trakcie postępowania organ antymonopolowy w punkcie I decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy antymonopolowej. Kosztami niniejszego postępowania dla organu antymonopolowego, są wydatki w wysokości 39 zł związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości 39 PLN (słownie złotych: trzydzieści dziewięć).

Wobec powyższego orzeka się jak w punkcie II sentencji decyzji.

W dniu 21 kwietnia 2007r. weszła w życie ustawa z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 z zm.), na podstawie, której utraciła moc ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst. jedn. Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080 ze zmian.). Jednakże zgodnie z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów do postępowań wszczętych przed dniem 21 kwietnia 2007r. stosuje się przepisy ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 10101010 00 7878 22 31 000000.

Na postanowienie zawarte w punkcie II niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479<sup>28</sup> § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

Dyrektor Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach  
Alicja Kral