



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
CEZARY BANASIŃSKI**

DDK-61-14/03/KB

Warszawa, dn. 18 kwietnia 2003 r.

DECYZJA Nr 3 /2003

Na podstawie art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej Prezesem Urzędu, umarza postępowanie prowadzone w stosunku do Banku Gospodarki Żywnościowej S.A.

UZASADNIENIE

Dnia 20 lutego 2003 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął, na podstawie art. 44 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz. 1319 ze zm.), zwanej dalej „ustawą”, postępowanie w sprawie stosowania przez Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. - praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz reklamie sprzecznej z prawem.

Podstawą wszczęcia postępowania były ustalenia kontroli przeprowadzonych w styczniu 2003 r. - przez Delegatury UOKiK w Poznaniu, Wrocławiu i Warszawie - w placówkach bankowych Banku Gospodarki Żywnościowej S.A.

Z ustaleń tych wynika, że:

1. Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. Oddział w Poznaniu, ul. Piekary 17, stosuje ulotki: „Oprocentowanie kredytu złotowego i oprocentowanie kredytu gotówkowego w walutach wymiernych dla osób fizycznych” oraz „Komunikat w sprawie oprocentowania kredytów złotowych”. Na ulotkach tych zamieszczono nominalne stopy procentowe kredytów konsumenckich bez wskazania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania obliczonej zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 100, poz. 1081).
2. Oddziały Banku Gospodarki Żywnościowej S.A. w: Poznaniu, ul. Piekary 17; Wrocławiu, pl. Teatralny 3; Warszawie, Al. Jerozolimskie 29, na tablicach ogłoszeń w swoich placówkach bankowych zamieszczają informacje o dostępnych kredytach konsumenckich, podając nominalne stopy procentowe bez wskazania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania obliczonej zgodnie z art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim.

Reklamy i sposób ogłoszeń wskazane w pkt. 1 i 2 naruszają art. 16 ust. 1 pkt. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 47, poz. 211 ze zm.), który stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest reklama sprzeczna z przepisami prawa.

Wymienione reklamy są sprzeczne z art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim zobowiązującym kredytodawcę do zamieszczania w ogłoszeniach i reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu.

Zgodnie z zasadą, wyrażoną w art. 10 kpa strona przed wydaniem decyzji miała możliwość wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Pełnomocnik strony zapoznał się z aktami sprawy w dniu 11 kwietnia 2003 r.

W trakcie postępowania Prezes Urzędu ustalił i zważył, co następuje:

Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. w pełni zgodził się z postawionymi zarzutami i usunął zakwestionowane przez Urząd w toku kontroli materiały reklamowe. Właściwe służby Centrali Banku poleciły wszystkim Oddziałom banku dokonanie ponownego przeglądu materiałów informacyjnych udostępnianych klientom pod kątem ich zgodności z wymogami ustawy o kredycie konsumenckim.

Jako potwierdzenie powyższych działań na żądanie Urzędu Bank Gospodarki Żywnościowej S.A. dnia 4 kwietnia 2003 r. przesłał następujące dokumenty:

1. Pismo Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. z dnia 30.10.2002 r. znak PM/WM/0160-201/02, skierowane do dyrektorów oddziałów BGŻ S.A. Pismo to zawiera interpretację art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim i wytyczne dla oddziałów banku w zakresie tworzenia reklamy kredytów konsumenckich.
2. Pismo Dyrektora II Oddziału BGŻ S.A. w Warszawie skierowane do Departamentu Promocji i Marketingu w Centrali BGŻ S.A. z dnia 24.02.2003 r. znak II OD/JR/412/03. Pismo stanowi odpowiedź na stwierdzone przez Urząd w tej placówce uchybienia i zapewnienie ich zmiany do 26.02.2003 r.
3. Pismo Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. z dnia 25.02.2003 r. znak PM/WM/0160/235/2003, skierowane do dyrektorów oddziałów BGŻ S.A. Pismo informuje o przeprowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów kontrolach i wszczętym postępowaniu. W związku z tym zlecono dyrektorom wszystkich oddziałów BGŻ S.A. dokonanie ponownego przeglądu reklam i informacji dotyczących kredytu konsumenckiego.
4. Pismo Dyrektora Oddziału BGŻ S.A. w Poznaniu z dnia 25.02.2003 r. znak SP-32/AB/03, skierowane do Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. Pismo stanowi odpowiedź na stwierdzone przez Urząd w tej placówce uchybienia.
5. Pismo Dyrektora Oddziału BGŻ S.A. we Wrocławiu z dnia 25.02.2003 r, skierowane do Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. Pismo stanowi odpowiedź na stwierdzone przez Urząd w tej placówce uchybienia.
6. Pismo Dyrektora Oddziału BGŻ S.A. w Poznaniu z dnia 4.03.2003 r. znak SP-34/AB/02, skierowane do Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. W piśmie tym dyrektor oddziału BGŻ w Poznaniu potwierdza dokonanie przeglądu informacji i reklam dotyczących kredytu konsumenckiego i usunięcie wszystkich materiałów reklamowych nie spełniających wymogów ustawy o kredycie konsumenckim.
7. Pismo Dyrektora Oddziału BGŻ S.A. we Wrocławiu z dnia 5.03.2003 r, znak KD-318-4/2003, skierowane do Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. W piśmie tym dyrektor oddziału BGŻ we Wrocławiu potwierdza dokonanie przeglądu informacji i reklam dotyczących kredytu konsumenckiego i usunięcie wszystkich materiałów reklamowych nie spełniających wymogów ustawy o kredycie konsumenckim.

8. Pismo Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A. z dnia 1.04.2003 r., skierowane do Dyrektora Departamentu Prawnego BGŻ S.A. W piśmie tym poinformowano o zmianie procedury produkcji i dystrybucji materiałów reklamowych i informacyjnych, które będą dostarczane jedynie centralnie przez Departament Promocji i Marketingu. Oddziałom banku zabroniono drukowania ww. materiałów we własnym zakresie, a wszelkie informacje dotyczące oferty produktowej i zawierające rzeczywista stopę procentową przygotowywane będą przez Centralę banku. Zobowiązano oddziały banku do zamieszczania rzeczywistej rocznej stopy procentowej na wewnętrznych tablicach informacyjnych, jeżeli na nich zostanie zamieszczony choćby jeden warunek udzielenia kredytu.
9. Pismo Dyrektora Oddziału BGŻ S.A. we Wrocławiu z dnia 2.04.2003 r, skierowane do Dyrektora Departamentu Promocji i Marketingu BGŻ S.A., potwierdzające, że we wszystkich ogłoszeniach i reklamach Oddziału we Wrocławiu dotyczących kredytu konsumenckiego podawana jest rzeczywista stopa procentowa wyliczona od całkowitego kosztu kredytu.
10. Materiał informacyjny dla klientów (vademecum) i materiały szkoleniowe dla pracowników oddziałów. Materiały te zostały przesłane Oddziałom banku i zawierają wszystkie informacje na temat kredytu konsumenckiego przydatne zarazem dla pracowników banku, jak i konsumentów.

W świetle powyższego, należy stwierdzić, że w związku z określeniem w art. 23c i art. 23d ustawy możliwości rozstrzygnięć postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, postępowanie stało się bezprzedmiotowe w rozumieniu art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego. Brak jest materialnoprawnych podstaw do wydania decyzji administracyjnej, gdyż jakiegokolwiek rozstrzygnięcie pozytywne czy negatywne staje się prawnie niedopuszczalne.

Wobec powyższego orzeka się jak w sentencji.

Od niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 1 ustawy, przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów za pośrednictwem Prezesa Urzędu, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia.

Otrzymuje:

1. Bank Gospodarki Żywnościowej S.A.
Ul. Kasprzaka 10/16
01-211 Warszawa