

PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI i KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
W KATOWICACH

40-024 Katowice, ul. Powstańców 41a
Tel./Fax (0-32) 256-46-96, Tel./Fax (0-32) 255-26-47, Tel./Fax (0-32) 255-44-04
E-mail: katowice@uokik.gov.pl

Katowice, dn.31.10.2003r.

RKT-61-s-83/03/SB

DECYZJA Nr RKT-48/2003

- I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Przedsiębiorstwa „OPAL” Sp. z o.o. z siedzibą ul. Opolska 22, 40-084 Katowice, polegające na udostępnianiu klientom zainteresowanym ofertą przedsiębiorcy w zakresie sprzedaży ratalnej, ulotki reklamowej kredytu konsumenckiego „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek 0%”, sporządzonej w sposób:
pkt 1 naruszający art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2001r. Nr 100, poz. 1081 z zm. Dz.U. z 2003r. N 109, poz. 1030), stanowiący, iż 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, co stanowi naruszenie art. 23a ust. 1 przywołanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
pkt 2 naruszający obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji dotyczącej WAKACYJNEGO KREDYTU bez odsetek, o faktycznie obowiązujących warunkach udzielania tegoż kredytu oraz prowadzenie reklamy wprowadzającej w błąd co do warunków oferty „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek 0%” oraz jej aktualności, co stanowi naruszenie art. 23a ust. 2 przywołanej na wstępie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
i **nakazuje się** zaniechanie jej stosowania.
- II. Na podstawie art. 23 c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
określa się Przedsiębiorstwu „OPAL” Sp. z o.o. z siedzibą ul. Opolska 22, 40-084 Katowice, środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu wykonania nakazu polegającego na zaniechaniu oferowania w sklepach „OPAL” ulotki dotyczącej kredytu konsumenckiego „AIG sprzedaż na raty” - „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek 0%”, która w swej treści podawała dane dotyczące kosztu kredytu, tj. bez konieczności ponoszenia kosztu odsetek od kredytu, bez podawania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu oraz która podawała wprowadzającą w błąd informację, iż umowę o kredyt na zakup towaru w systemie ratalnym, bez konieczności ponoszenia kosztów odsetek od udzielonego kredytu obowiązywała do 15 września 2002r., gdy faktycznie w dniu kontroli obowiązywały takie same warunki udzielenia kredytu, w zakresie zwolnienia z obowiązku pokrycia kosztów odsetek.

III. Na podstawie art. 100 e ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
mając na uwadze ważny interes konsumentów nadaje się decyzji w zakresie punktów I i II **rygor natychmiastowej wykonalności.**

IV. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 i art. 80 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy 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. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
postanawia się zobowiązać Przedsiębiorstwo „OPAL” Sp. z o.o. z siedzibą ul. Opolska 22, 40-084 Katowice, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 29 zł (słownie złotych: dwadzieścia dziewięć).

UZASADNIENIE

W dniu 6 czerwca 2003r. w placówce handlowej Sklep Przedsiębiorstwo „OPAL” Sp. z o.o., ul. Staromiejska 3, Katowice, przeprowadzona została kontrola przez pracownika Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatury w Katowicach zgodnie z upoważnieniem Nr 27/2003 dnia 4 czerwca 2003r. Przedmiotem kontroli było przestrzeganie przez przedsiębiorcę przepisów ustawy z dnia 20 lipca 2001r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2001r. Nr 100, poz. 1081 z późn. zm.). W trakcie kontroli ustalono, iż w sklepie dostępne są ulotki reklamujące możliwość zakupu towarów na raty w systemie „AIG sprzedaż na raty” w ramach oferty „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek 0%”. Ulotka zawiera informacje o adresach sklepów, których dotyczy promocja. Podczas kontroli otrzymano przykładową umowę faktycznie zawartą w dniu 30.05.2003r., która była zawarta w ramach promocji odsetki 0% z AIG Bank Polska S.A. w Warszawie I Oddział we Wrocławiu ul. Trzemeska 10.

Ponieważ analiza dokumentów i informacji zebranych w toku tego postępowania kontrolnego dała podstawę do przyjęcia, iż w opisanej sprawie mogło nastąpić naruszenie przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. 2003r. Nr 86, poz. 804, zwanej dalej ustawą antymonopolową), w dniu 07.08.2003r. wszczęto z urzędu w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i

Konsumentów (zwanego dalej organem antymonopolowym) postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez Przedsiębiorstwo „OPAL” Sp. z o.o. (zwanego dalej „OPAL”) polegającego na bezprawnym działaniu przedsiębiorcy oraz nieudzielaniu rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Bezprawność działania zgodnie z obowiązującymi w dniu przeprowadzenia kontroli przepisami prawa polegała na naruszeniu art. 16 ustawy z dnia 20 lipca 2001r. o kredycie konsumenckim, stanowiącym, iż w ogłoszeniach i reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierający warunki udzielenia kredytu kredytodawca lub podmiot pośredniczący w zawarciu umowy obowiązani są podawać rzeczywistą roczną stopę oprocentowania, wyliczoną od całkowitego kosztu kredytu. Udzielanie konsumentom nierzetelnej, nieprawdziwej i niepełnej informacji dotyczyło udostępniania ulotek reklamujących ofertę kredytową przedsiębiorcy z informacją, iż promocja dotyczy roku 2002.

W odpowiedzi na zarzuty przedstawione w postanowieniu nr 1 z dnia 07.08.2003r. o wszczęciu postępowania OPAL w piśmie z dnia 14.08.2003r. (Karta nr 4) poinformował, iż przedmiotowa ulotka stosowana była tylko jako formularz zaświadczenia o zarobkach, a powstała z inicjatywy banku. Wyjaśniono, iż 06.06.2003r. obowiązywała sprzedaż ratalna, gdzie klient uiszczał 5% prowizji. Odsetki nie były naliczane. Promocja oferowana w dniu przeprowadzenia kontroli obowiązuje do 31.12.2003r. Wyjaśniono, iż ulotka została zredagowana przed okresem obowiązywania nowej ustawy o kredycie konsumenckim, a ponieważ z jej treści jednoznacznie i czytelnie wynika okres obowiązywania promocji, nie istniał obowiązek umieszczania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania. Jednakże OPAL nie wskazał, jaką ustawę, czy też nowelizację o kredycie konsumenckim miał na myśli. Jak wynika z wyjaśnień w dniu 06.06.2003r. promocja „Kredyt bez odsetek 0%” nie była prowadzona. Zakończyła się ona z dniem 15.09.2002r.

W piśmie z dnia 01.10.2003r., OPAL po zapoznaniu się ze zgromadzonymi dokumentami wyjaśnił, iż zarzut naruszenia obowiązku podawania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji za pośrednictwem druku dotyczącego przedsięwzięcia kredytowego prowadzonego pod nazwą „Wakacyjny kredyt bez odsetek” jest pozbawiony jakichkolwiek podstaw prawnych. Zgodnie z wyjaśnieniami OPAL przedmiotowy druk podawał prawdziwe informacje o warunkach kredytu, a nie było w nim wskazanej rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu, ponieważ obowiązek podawania takiej informacji w reklamach wprowadził dopiero art. 16 ustawy z dnia 20.07.2001r. o kredycie konsumenckim, który – podobnie jak cała ustawa wszedł w życie z dniem 19.09.2002r. W opinii OPAL przedsięwzięcie „Wakacyjny kredyt bez odsetek” było prowadzone tylko do dnia 15.09.2002r., co wyraźnie wskazano w treści przedmiotowego druku, a po dniu 15.09.2002r. druk był wykorzystywany tylko jako formularz zaświadczenia o zarobkach, co wynikało jednoznacznie z treści ulotki. W sprawie powołanego jako druga podstawa prawna zarzutu przepisu art. 23a ustawy antymonopolowej, który wszedł w życie z dniem 15.12.2002r. (art. 6 ustawy z dnia 5.07.2002r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawy – Kodeks postępowania cywilnego oraz ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, opublikowanej w Dz.U. Nr 129, pod poz. 1102). OPAL stwierdził, że przepis ten nie może być uzasadnieniem zarzutów dotyczących działań podejmowanych przed dniem 15.12.2002r.

Organ Antymonopolowy zważył co następuje.

Zgodnie z art. 23a) ust. 1 i 2 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 o ochronie konkurencji i konsumentów 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. 479⁴⁵ 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.

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 ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Brak cech bezprawności winien, w myśl art. 6 KC, wykazać przedsiębiorca /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 powyższe narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa z dnia 20 lipca 2001r. o kredycie konsumenckim reguluje zasady i tryb zawierania umów o kredyt konsumencki, zasady ochrony konsumenta, który zawarł umowę o kredyt konsumencki, oraz obowiązki kredytodawcy lub podmiotu pośredniczącego w zawarciu umowy kredytowej. Zgodnie z art. 2 ust. 1 w/w ustawy, przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę, na mocy której przedsiębiorca w zakresie swojej działalności, zwany dalej „kredytodawcą”, udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu w jakiegokolwiek postaci. Ustawa określa wymagania, jakim muszą odpowiadać umowy o kredyt konsumencki, a także określa warunki wykonania tejże umowy. Ustawa reguluje również informacje, jakie muszą zawierać ogłoszenia oraz reklamy dotyczące kredytu konsumenckiego.

W dniu przeprowadzenia kontroli w sklepie „OPAL” ul. Staromiejska 3 w Katowicach, tj. 06.06.2003r. obowiązywała treść art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim zgodnie z którą w ogłoszeniach i reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających warunki udzielenia kredytu kredytodawca lub podmiot pośredniczący w zawarciu umowy obowiązani są podawać rzeczywistą roczną stopę, wyliczoną od całkowitego kosztu kredytu. Przez całkowity koszt kredytu rozumie się zgodnie z art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim wszystkie koszty wraz z odsetkami i innymi opłatami i prowizjami, które konsument jest zobowiązany zapłacić za kredyt wraz z utraconymi korzyściami z tytułu wniesienia środków pieniężnych w przypadku kredytu, o którym mowa w art. 2 ust. 2 pkt 6, z wyjątkiem kosztów: 1) które ponosi konsument w związku z niewykonaniem swoich zobowiązań wynikających z umowy o kredyt konsumencki, 2) które w związku z nabyciem rzeczy lub usługi ponosi konsument, niezależnie od tego, czy nabycie następuje z wykorzystaniem kredytu, 3) prowadzenia rachunku, z którego realizowane są spłaty, oraz kosztów przelewów i wpłat na ten rachunek, chyba że konsument nie ma prawa wyboru podmiotu prowadzącego rachunek, a koszty te przekraczają koszty dla rachunków oszczędnościowych stosowane przez podmiot prowadzący rachunek, 4) ustanowienia zabezpieczeń i ubezpieczenia, z wyjątkiem kosztów ubezpieczenia spłaty kredytu - wraz z oprocentowaniem i pozostałymi kosztami - na wypadek śmierci, inwalidztwa, choroby lub bezrobocia konsumenta, 5) wynikających ze zmiany kursów walut. Od dnia 28.09.2003r. obowiązuje nowa treść art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim dotycząca obowiązków kredytodawców i pośredników w zakresie informacji zamieszczanych na ulotkach reklamowych. Ustawa z dnia 22 maja 2003r. o zmianie ustawy o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2003r. Nr 109, poz. 1030) zmieniła treść artykułu w taki sposób, iż jednoznacznie zostało określone, co należy rozumieć przez sformułowanie „warunki udzielenia kredytu”. Przez warunki udzielenia kredytu w szczególności należy rozumieć „jakiegokolwiek dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego”. W wyniku tej

zmiany art. 16 otrzymał brzmienie: 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.

Oceniane treści ulotki reklamowej podają informacje o warunkach udzielenia kredytu:

1. nie są potrzebne zaświadczenia o dochodach,
2. o możliwych przywilejach dla osób, które wcześniej kupowały na raty na podstawie umowy z AIG Credit,
3. o dokumentach koniecznych, do zawarcia umowy o zakup na raty,
4. o korzyściach z tytułu ubezpieczenia Amplico AIG Life, iż w razie nieszczęścia (śmierci) towarzystwo spłaci kredyt, w przypadku, gdy śmierć spowodował nieszczęśliwy wypadek, najbliżsi otrzymają dodatkowe odszkodowanie równe wartości kredytu, a także, iż odszkodowanie przysługuje w przypadku zdarzenia, którego skutkiem będzie kalectwo,
5. „Wakacyjny kredyt bez odsetek 0% nawet do 730 dni! Promocja dotyczy kredytu na 10 miesięcy. Warunkiem udziału w promocji jest okazanie tej ulotki. Tylko do 15 września 2002”.

Zgodnie z art. 16 ustawy o kredycie konsumenckim obowiązek sprawowania kontroli nad treściami zawartymi w ogłoszeniach i reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających warunki udzielenia kredytu spoczywa zarówno na kredytodawcy jak i na podmiocie pośredniczącym. Tak więc w przedmiotowej sytuacji OPAL miał obowiązek kontrolowania treści rozprawdzanych ulotek w obrocie pod względem zgodności ich treści z prawem. Dodatkowo przyjmując informacje przekazane przez OPAL, przedmiotowa ulotka została przygotowana przez AIG Bank Polska na promocję obowiązującą do 15 września 2002r., dlatego też, ponieważ przedmiotowa ulotka była oferowana przez OPAL w jego sklepie, uzasadnionym jest prowadzenie przedmiotowego postępowania przeciwko przedsiębiorcy, który faktycznie oferował konsumentom przedmiotowe ulotki.

Art. 23a ustawy antymonopolowej został wprowadzony ustawą z dnia 5 lipca 2002r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawy – Kodeks postępowania cywilnego oraz ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. z 2002r. Nr 129, poz. 1102), a więc od momentu obowiązywania tej nowelizacji organ antymonopolowy jest uprawniony do oceny zachowań przedsiębiorców, które występują w momencie obowiązywania określonych regulacji prawnych, w oparciu o te przepisy. Przedmiotem oceny jest dostosowanie rozpowszechnianych ulotek reklamowych do prawa obowiązującego w momencie ich rozpowszechniania.

Z wyjaśnień przedstawionych przez OPAL wynika, iż w dniu kontroli 06.06.2003r. obowiązywała sprzedaż ratalna, gdzie klient uiszczal 5% prowizji z tytułu umowy kredytowej, a nie ponosił kosztów związanych z odsetkami. Tak więc, biorąc pod uwagę treść art. 7 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim, zgodnie z którym opłaty z tytułu prowizji składają się na całkowity koszt kredytu, według którego obliczana jest rzeczywista roczna stopa oprocentowania w badanym przypadku przykładowa wartość rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania jest różna od zera, tak więc jej wartość powinna znajdować się na ulotce.

W ustosunkowaniu się do zarzutów OPAL stwierdził, iż nie był zobowiązany podawać na ulotkach reklamowych wartości rzeczywistej rocznej stopy procentowania z uwagi na fakt, iż ulotka reklamowa opisywała promocję obowiązującą do 15 września 2002r. Przedstawione uzasadnienie, które przedsiębiorca pośredniczący w zawieraniu umów uważa za zwalniające go od zamieszczania w ogłoszeniach i reklamach rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, jest w opinii organu antymonopolowego w przedmiotowej sytuacji niedopuszczalne. Przedmiotem oceny, nie są warunki promocji, a informacje zamieszczone na ulotce udostępnianej w okresie obowiązywania ustawy o kredycie konsumenckim. Jak wynika z twierdzeń OPAL Konsument, który zawarł umowę w dniu kontroli mógł skorzystać z oferty sprzedaży ratalnej, dzięki której nie musiał ponosić kosztów odsetek z tytułu zaciągniętego kredytu. Tak więc byłby on zwolniony z takich samych kosztów, jak konsument, który zawarł umowę 15 września 2002r. A więc można przyjąć, że skorzystałby z promocji, o jakiej mówi ulotka. Podczas kontroli otrzymano umowę zawartą w dniu 30.05.2003r. w kontrolowanym

sklepie na rzecz AIG Bank Polska S.A. w Warszawie I Oddział we Wrocławiu, ul. Trzemeska 10, która faktycznie przewidywała zerowe odsetki, jednakże Kredytobiorca musiał ponieść koszt składki z tytułu ubezpieczenia na życie. Rzeczywista roczna stopa oprocentowania dla warunków w/w umowy z dnia 30.05.2003r. wynosiła w badanym przypadku 2,80%.

Konsument otrzymując ocenianą ulotkę, uzyskuje informacje o warunkach kredytu „Kredyt bez odsetek 0%”, w tym o wartości jednego z elementów składających się na koszt kredytu. Te informacje mogą wywołać, u konsumenta przeświadczenie, iż z tytułu zawarcia umowy kredytu konsumenckiego, nie będzie musiał ponosić żadnych kosztów. Brak określenia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, stanowił dla Konsumenta podstawę do przyjęcia, że oprocentowanie to wynosiło „0”, tak więc, nie będzie musiał ponosić żadnych kosztów, o których mowa w art. 7 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim.

Ulotka reklamowa ma wiele różnych zadań do spełnienia, w tym m.in. zachęcić potencjalnych konsumentów do korzystania z oferty reklamującego się przedsiębiorcy w momencie emisji reklamy, przekazania ulotek reklamowych jej adresatom. Dlatego też, przedmiotowa ulotka, bez względu na informację, iż „tylko do 15 września 2002” pełni funkcję reklamy oferowanego kredytu konsumenckiego bez odsetek i w takich kategoriach powinna być oceniana.

Dlatego też należało stwierdzić, iż niepodanie na ulotce wartości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania było działaniem bezprawnym, a także naruszało interes konsumentów.

Podczas kontroli przeprowadzonej w sklepie, stwierdzono, iż w miejscu ogólnie dostępnym na terenie sklepu, gdzie konsument może uzyskać informację o kredycie oraz zawrzeć umowę o kredyt konsumencki, były wyłożone ulotki reklamowe, których treść jest przedmiotem niniejszego postępowania. Tak więc, ulotka spełniała funkcję oferty reklamowej, z której można faktycznie skorzystać w dniu otrzymania jej w sklepie. O tym, iż konsumenci otrzymywali przedmiotowe ulotki świadczy fakt, iż druk „zaświadczenie o zatrudnieniu i wysokości zarobków” stanowi integralną jej część. Zgodnie z ustosunkowaniem się OPAL do wszczęcia postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, konsumenci, którzy otrzymali ulotki faktycznie byli informowani, iż ulotkę należy traktować jako druk zaświadczenia o zatrudnieniu i wysokości zarobków – wykorzystywany przy wniosku o kredyt. Jednak faktem jest, że w dniu kontroli obowiązywały warunki sprzedaży ratalnej „kredyt bez odsetek”. Tak więc ulotka spełniała funkcję reklamy aktualnej oferty sklepu. Na podstawie treści zawartych w ulotce oraz z uwagi na udostępnienie ulotek konsumentom odwiedzającym sklep, organ antymonopolowy uznał, iż konsument jest wprowadzany w błąd, co do warunków oferty „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek” oraz jej aktualności. Jak wynika z wyjaśnień przedstawionych przez OPAL, w dniu przeprowadzenia kontroli obowiązywała promocja, w ramach której odsetki nie były naliczane, pobierana była jedynie prowizja w wysokości 5%. Tak więc, można wywnioskować, iż konsumenci mogli skorzystać z warunków sprzedaży ratalnej, o których mówi ulotka, tj. o zwolnieniu z obowiązku płacenia odsetek z tytułu zawartej umowy kredytowej. Jednak ulotka nie podawała rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o aktualnej promocji, poprzez zamieszczenie informacji „tylko do 15 września 2002”. Zamieszczenie tej klauzuli wywołuje u konsumenta niepewność warunków zawieranej transakcji. Klauzula ta umożliwia dowolną manipulację procesem decyzyjnym konsumenta. Osoba zawierająca umowę kredytu w imieniu banku może dowolnie informować konsumentów o istnieniu promocji, zgodnie z zaleceniami OPAL, jak również, iż promocja opisana na ulotce jest nieaktualna, i należy ponosić koszt odsetek z tytułu zawartej umowy kredytu. Obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w przedmiotowej sprawie polega na przedstawieniu konsumentom informacji o aktualnej promocji „kredyt bez odsetek” z klauzulą, iż promocja obowiązuje do 31 grudnia 2003r., a także wartości rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania. Udostępnienie ulotki przez pośrednika w miejscu zawierania umów kredytu, może wywołać u konsumenta przeświadczenie, iż warunki promocji są nadal obowiązujące. Dzięki temu OPAL uzyskuje efekt reklamowy, wywołując zainteresowanie u potencjalnego klienta. Treści zawarte w ulotce reklamowej wprowadzają w błąd w zakresie warunków promocji kredytu na zakup towaru w systemie ratalnym oferowanym przez AIG

Bank Polska S.A. w Warszawie. Jak wynika z pisma z dnia 14.08.2003r. (Karta nr 4) możliwe było zawarcie umowy sprzedaży ratalnej według standardowych zasad, czyli takich do których nie stosowało się oferty - bez odsetek. Jednakże jak informuje OPAL konsumenci nie byli tą formą sprzedaży ratalnej zainteresowani.

Z uwagi na fakt, iż przepisy prawa określają obowiązki przedsiębiorcy w zakresie podawania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania w ogłoszeniach i reklamach, postępowanie naruszające te przepisy uznaje się za sprzeczne z prawem. Zdaniem organu antymonopolowego działanie OPAL polegające na nie podawaniu rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania w sytuacji określonej w ustawie o kredycie konsumenckim narusza interes konsumentów, którym w ten sposób zostało odebrane prawo do uzyskania informacji o wartości, która może spełniać funkcję miernika porównawczego. W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesu nieograniczonej ilości konsumentów, korzystających z oferty sklepu. Tak więc, brak umieszczenia rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania na przedmiotowej ulotce narusza zbiorowy interes konsumentów i tym samym zasadne było podjęcie działań przewidzianych w ustawie antymonopolowej, mających na celu ochronę konsumentów.

W przedmiotowej sprawie zaistniały łącznie obie przesłanki konieczne do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów – bezprawne działanie przedsiębiorcy i naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

Stąd należało orzec jak w punkcie I sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 23c ust. 2 ustawy antymonopolowej w decyzji, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu jej stosowania.

Jako środek usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, uważa się zaniechanie oferowania w sklepach „OPAL” ulotki dotyczących kredytu konsumenckiego „AIG sprzedaż na raty” - „WAKACYJNY KREDYT bez odsetek 0%”, która w swej treści podawała dane dotyczące kosztu kredytu, tj. bez konieczności ponoszenia kosztu odsetek od kredytu, bez podawania rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania, wyliczonej od całkowitego kosztu kredytu oraz która podawała wprowadzającą w błąd informację, iż możliwość zawarcia umowy o kredyt na zakup towaru w systemie ratalnym, bez konieczności ponoszenia kosztów odsetek od udzielonego kredytu obowiązywała do 15 września 2002r., gdy faktycznie w dniu kontroli obowiązywały takie same warunki udzielenia kredytu, zwalniające z pokrycia kosztów odsetek.

Stąd należało orzec jak w punkcie II sentencji decyzji.

Art. 100e) ustawy antymonopolowej, umożliwia Prezesowi Urzędu nadanie decyzji w całości lub w części rygoru natychmiastowej wykonalności, jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów. W przedmiotowym przypadku ważny interes konsumentów upatruje się w interesie ekonomicznym konsumenta. Przepisy prawa ze swego założenia mają za zadanie regulować stosunki uczestników obrotu handlowego, ale również mają zabezpieczać interesy słabszych jego uczestników przed bezprawnymi, nieuczciwymi praktykami. W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z relacją profesjonalisty – przedsiębiorcy z klientem - konsumentem. Zgodnie z założeniami ustawy o kredycie konsumenckim, konsument powinien mieć zapewniony dostęp do informacji o wielkości rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania. Dodatkowo prawo konsumenta do informacji, jest jednym z podstawowych praw konsumenta. W ocenianej sprawie poprzez nieumieszczenie informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, konsument pozbawiony jest możliwości porównania ofert kredytowych na rynku. Rozpowszechnianie ulotek reklamujących promocję z zaznaczeniem, iż promocja ważna była do 15 września 2002r. może wprowadzać w błąd, co do aktualnej oferty przedsiębiorcy. Zamieszczenie na ulotce informacji o terminie obowiązywania promocji, gdy reklamowana promocja faktycznie ma miejsce, może spowodować, iż konsument zawrze umowę na standardowych warunkach, które charakteryzują się koniecznością płacenia odsetek.

Stąd należało orzec jak w punkcie III sentencji decyzji.

Na podstawie z 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 OPAL 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 29 zł związane z korespondencją pomiędzy organem antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym organ antymonopolowy postanowił obciążyć OPAL kosztami postępowania w wysokości 29 zł (słownie złotych: dwadzieścia dziewięć).

Wobec powyższego orzeka się jak w punkcie IV sentencji decyzji.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010101000787822231000000.

Na postanowienie zawarte w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy antymonopolowej w związku z art. 479²⁸ § 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. 479²⁸ § 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