



Република Србија
МИНИСТАРСТВО ТРГОВИНЕ,
ТУРИЗМА И ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЈА
Број: 330-00-00077/2016-11
20. март 2017. године
Немањина 22-26
Београд

На основу члана 126. и 149. Закона о заштити потрошача („Сл. гласник РС“, бр. 62/2014 и 6/16 - др.закон) и члана 192. Закона о општем управном поступку („Сл. лист СРЈ“, бр. 33/97 и 31/2001 и „Сл. гласник РС“, бр.30/2010), у поступку заштите колективног интереса потрошача који се води по захтеву Организације потрошача Крагујевца са седиштем у Крагујевцу, а против „Metro Cash & Carry“ са седиштем у Београду, министар трговине, туризма и телекомуникација, доноси

РЕШЕЊЕ

УТВРЂУЈЕ СЕ да правно лице „Metro Cash & Carry“ са седиштем у Београду, Аутопут за Нови Сад бр. 120, у својим продајним објектима, као и на свом сајту <https://www.metro.rs/>, крупним фонтом истиче прво цену без пдв-а, док мањим и не лако уочљивим фонтом истиче продајну цену робе чиме чини повреду колективног интереса потрошача тако што обавља непоштену пословну праксу и то обмањујућу пословну праксу из члана 19. став 1. тачка 4) Закона о заштити потрошача.

НАЛАЖЕ СЕ правном лицу из става 1. диспозитива овог решења да прекине са обмањујућом пословном праксом из члана 19. став 1. тачка 4) Закона о заштити потрошача.

Правно лице из става 1. диспозитива овог решења дужно је да поступи по овом решењу у року од 60 (шездесет) дана од дана пријема овог решења и о томе обавести ово министарство у року од 8 (осам) дана од дана поступања.

Ово решење је коначно.

Образложење

Овом министарству дана 05.08.2016. године достављен је захтев Организације потрошача Крагујевца, са седиштем у Крагујевцу, ул. Краља Александра Карађорђевића бр. 50, за покретање поступка заштите колективног интереса потрошача против правног лица „Metro Cash & Carry“ из Београда. У достављеном захтеву је наведено да је правно лице „Metro Cash & Carry“ званично проширило продају тако да се сада продаја обавља не само правним, већ и физичким лицима - потрошачима. У прилог овој тврдњи подносилац захтева је доставио промотивни материјал именованог трговца на коме је истакнута порука да ће свим купцима који немају метро картицу бити обезбеђена дневна карта на улазу у Метро. Подносилац даље наводи да проширењем могућности непосредне куповине и на физичка лица, досадашња пракса трговца у погледу обележавања цене постаје спорна с

обзиром на то да је према законској дефиницији продајна цена укупна, коначна цена по јединици робе, или дате количине робе, односно коначна цена услуге, укључујући све порезе и дажбине, а именовани трговац у продајним објектима и на промотивном материјалу истиче цену на тај начин што је прво видна и уочљива цена без пдв-а, док је двоструко мања и слабије приметна означена крајња, малопродајна цена са пдв-ом, што према наводима подносиоца представља кршење Закона о заштити потрошача и Закона о трговини („Сл. гласник РС“, бр. 53/10 и 10/13). У захтеву за покретање овог поступка истакнуто је да је наведено поступање трговца у супротности са чланом 41. Закона о трговини који прописује да је трговац дужан да на јасан, несумњив, лако уочљив и читљив начин истакне продајну цену робе/услуга која се нуди у трговини на мало. Такође, како се у продајном објекту овог правног лица обавља и трговина на велико и трговина на мало, трговац је, сходно поменутом члану Закона о трговини, дужан да јасно, на уочљив начин истакне прво продајну (малопродајну) цену, па велепродајну цену за сваку робу. Подносилац захтева сматра да описано понашање трговца представља непоштену пословну праксу, и то обмањујућу пословну праксу сходно члану 19. став 1. тачка 4) Закона о заштити потрошача.

Имајући у виду да је предметни захтев поднет од стране овлашћеног лица, да је подносилац захтева учинио вероватним постојање повреде колективног интереса потрошача, закључком под горњим бројем од 19.09.2016. године покренут је поступак заштите колективног интереса потрошача у смислу члана 145. став 1. тачка 2) Закона о заштити потрошача.

На достављени закључак о покретању поступка изјаснило се правно лице „Metro Cash & Carry“ поднеском примљеним у ово министарство дана 07.10.2016. године, у којем је наведено да именовани трговац у целисти оспорава наводе из Закључка и Обавештења о покретању поступка заштите колективног интереса потрошача које му је доставило ово министарство.

У изјашњењу трговца које се односи на проширење пословања и на физичка лица издавањем дневних картица за куповину наведено је да у складу са Правилником о класификацији трговинских формата („Сл. гласник РС“, бр. 47/2011) (у даљем тексту: Правилник) Метро послује у трговинском формату кеш-енд-кери (Cash and Carry). Даље наводи да је чланом 13. Правилника прописано да је Cash and Carry трговински формат у коме се обавља трговина на велико, али је ставом 2. истог члана прописано да се у истом формату може обављати и трговина на мало, као пратећа активност, па Метро годинама уназад, поред професионалних купаца као главног циља пословања, у својим трговинским објектима обавља и малопродају физичким лицима као вид пратеће активности. Даље, трговац наводи да је систем продаје организован тако да сваки купац који жели да уђе у продајни објекат мора поседовати Метро картицу, која се превасходно издаје лицима која обављају привредну делатност. У мањем броју случајева Метро издаје картице и физичким лицима (тзв. Метро friends картице), приликом чијег издавања Метро и купац потписују Опште услове продаје за Метро friends картицу. Такође, у изјашњењу наводи да је куповина омогућена и осталим физичким лицима издавањем једнократних дневних картица, без потписивања општих услова продаје. На овај начин омогућава се свим заинтересованим физичким лицима да уђу у Метро, информишу се о понуди производа или обаве куповину, имајући у виду чињеницу да куповина у продајном објекту овог трговца није технички изводљива без провлачења одговарајуће Метро картице. Даље, у изјашњењу истиче да се описани вид продаје физичким лицима обавља само као споредна активност овог трговца.

Трговац оспорава наводе из Закључка и Обавештења о покретању поступка заштите колективног интереса потрошача који се односе на постојање обмањујуће пословне праксе потенцијалним довођењем у заблуду потрошача на тај начин што Метро „у први план јасно поставља цену без пдв-а, док мањим фонтом и не лако уочљиво поставља продајну цену“, јер је основни вид продаје трговинског формата Cash and Carry (кеш-енд-кери) по самом Правилнику о класификацији трговинских формата, veleпродаја. Сходно томе, његов главни фокус пословања представљају професионални купци, а не потрошачи. Предметни трговац истиче чињеницу да је Метро за професионалне купце присутан на тржишту још од 2005. године и да је сва комуникација у продајном објекту, укључујући и истицање цене, претежно прилагођена професионалним купцима, њиховим очекивањима и досадашњим навикама. Имајући у виду наведено, у свим продајним објектима Метро-а цене су истакнуте на начин да се заједно истиче нето цена - цена без пдв-а и бруто цена - цена са пдв-ом као продајна цена. Трговац наводи да је овакав вид истицања цена последица трговинског формата Метро-а и потреба професионалних купаца да одмах буду обавештени о износу цене без пдв-а. Наиме, иако Метро свим купцима наплаћује продајну бруто цену са пдв-ом, информација о нето цени је веома значајна професионалним купцима из разлога што је пдв професионалним купцима одбитна ставка, па им је приликом куповине најважнија информација о цени без пдв-а. Такође, истиче да професионални купци представљају велику већину купаца, а у погледу којих Метро има специфичну стратегију продаје што и сам Правилник о класификацији трговинских формата наводи као основ разликовања формата.

Трговац сматра да је продајна бруто цена са пдв-ом у сваком конкретном случају истакнута на недвосмислен, читак и лако уочљив начин, како захтева Закон о заштити потрошача, наиме, она је увек истакнута поред и заједно са нето ценом – ценом без пдв-а, тако да се одмах могу уочити обе цене истовремено. Даље трговац наводи да је у тачки 8. Општих услова продаје за Метро friends картице прописано да се у Метро објектима Cash and Carry трговинског формата обавља трговина на велико уз пратећу малопродајну делатност те су истакнуте veleпродајне цене без пдв-а и малопродајне цене са пдв-ом. Као потврду својих тврдњи именовани трговац је доставио овом органу одштампану фотографију са примером једне од истакнутих цена, Опште услове продаје за Метро friends картице и ценовник који је доступан на сајту трговца на адреси <https://www.metro.rs/press/cenovne-oznake>. Такође, трговац наводи да је у свим комуникацијама, рекламним кампањама, ТВ рекламама, Метро facebook страници и сличним јавним промовисањима продаје Метро-а усмереним на потрошаче, увек истакнута само крајња продајна цена са пдв-ом. Као доказ трговац је доставио фотокопију каталога „Метро супер купони“. Имајући у виду наведено, предметни трговац у свом изјашњењу истиче да Метро не послује на обмањујући начин, нити да постоје било какве радње или пропусти у вези са истицањем продајне цене којима се потрошачи доводе у заблуду у погледу цене и што резултира доношењем економске одлуке о куповини коју иначе не би донели.

Дана 10.11.2016. године одржана је усмена расправа у просторијама Министарства којој је присуствовао пуномоћник Метро-а Cash & Carry, док у име Организације потрошача Крагујевца нико није присуствовао, иако је позив уредно достављен. Пуномоћник трговца Метро Cash & Carry изјавио је да у свему остаје код навода из поднетог захтева од 07.10.2016. године и додао да за потрошаче који нису професионални купци постоји довољно обавештења у смислу продајне цене и то на сајту трговца, у Општим условима продаје и поред саме робе у продајном објекту. Такође, пуномоћник је изјавио да се увек истичу обе цене заједно, при чему је цена робе без пдв-а само вид обавештења за

професионалне купце о погодности коју ће у каснијој фази моћи да остваре одбитком претходног пореза, наводећи да се приликом плаћања, свим купцима, како професионалним купцима тако и потрошачима, наплаћује иста цена, која укључује пдв. Пуномоћник је приложио снимак садржаја екрана (print screen) са сајта трговца који садржи обавештење купцима о начину истицања цене у његовим објектима. Такође, додао је да увек када се трговац обраћа потрошачима преко средстава јавног информисања (рекламних материјала, промотивни материјали и сл.), тада се оглашавају само цене робе са пдв-ом, о чему је приложио копију лифлета „Отворена врата“. Пуномоћник је изјавио да, имајући у виду све наведено и околности под којима трговац послује, потрошач не може бити доведен у заблуду, а да то није ни намера трговца.

Имајући у виду напред наведено, ово министарство је у току поступка утврдило следеће чињенично стање:

Правно лице METRO Cash & Carry у својим продајним објектима и на свом сајту у први план истиче крупним фонтом цену без пдв-а, а мањим фонтом цену са пдв-ом. Увидом у print screen сајта <https://www.metro.rs/press/cenovne-oznake> који је именовани трговац доставио овом органу, методом мерења величине фонта бројева, утврђено је да је за производе из понуде овог трговца, нпр. производ besejpromet zoger n, фонтом величине 23 мм истакнута цена без пдв-а у износу од 359,00 динара, док је двоструко мањим фонтом, величине 10 мм, истакнута цена са пдв-ом у износу од 430,80 динара. Такође, увидом у одштампану фотографију са примером како Метро истиче цене робе која се налази на полицама у његовим продајним објектима, утврђено је да је нпр. цена без пдв-а за млеко исписана дупло већим фонтом (10 мм) и износи 139,55 динара, док је цена са пдв-ом исписана знатно мањим фонтом (5 мм) и износи 153,51 динара. Дакле, очигледно постоји несразмера у величини фонта бројева којима се исказује цена без пдв-а и цена са пдв-ом, и то у размери 2:1. На овај начин, цена без пдв-а истакнута крупним фонтом у видном пољу потрошача, код истог ствара утисак да је то продајна цена коју је дужан да плати за купљену робу.

Овај орган сматра да нису од утицаја наводи трговца да су у штампаном огласном материјалу – лифлетима, који су намењени потрошачима – физичким лицима, продајне цене робе истакнуте са пдв-ом. Ово из разлога што је трговац дужан да потрошачу пружи јасну и недвосмислену информацију о коначној, продајној цени коју је потрошач дужан да плати, без обзира на начин на који трговац позива потрошача да учини понуду, јер истицање цене на полици поред робе, на сајту трговца или у лифлету, представља обраћање трговца купцу, дакле и потрошачу и професионалном купцу које мора да садржи лако уочљиву информацију о цени. Дакле, ако се има у виду да међу потрошачима постоје разлике у погледу интелектуалних способности, образовања, здравственог стања и старости, а они сви чине категорију просечног потрошача, истицање цене на начин како то чини трговац доводи у заблуду потрошаче у погледу продајне цене, наводећи их да донесу економску одлуку коју иначе не би донели (куповина робе).

Чланом 5. став 1. тачка 20) Закона о заштити потрошача просечни потрошач је дефинисан као потрошач који је добро обавештен и разумно обазрив, имајући у виду друштвене, културне и језичке особености.

Чланом 6. Закона о заштити потрошача прописано је да је трговац дужан да, осим ако овим законом није другачије прописано, на недвосмислен, читак и лако уочљив начин истакне

продајну, односно јединичну цену робе или услуге, у складу са прописима који уређују трговину.

Чланом 41. став 1. Закона о трговини прописано је да је трговац дужан да на јасан, несумњив, лако уочљив и читљив начин истакне продајну цену робе/услуге која се нуди у трговини на мало.

Чланом 41. став 2. Закона о трговини прописано је да је продајна цена укупна, коначна цена по јединици робе, или дате количине робе, односно коначна цена услуге, укључујући све порезе и дажбине.

Чланом 41. став 9. Закона о трговини прописано је да у продајном објекту у којем се обавља трговина на мало поред трговине на велико, трговац је дужан да јасно, на уочљив начин истакне прво продајну (малопродајну) цену, па veleпродајну цену за сваку робу коју нуди на продају.

Чланом 17. Закона о заштити потрошача забрањена је непоштена пословна пракса и предвиђено је да трговац сноси терет доказивања да није обављао непоштену пословну праксу.

Чланом 18. став 1. Закона о заштити потрошача прописано је да је пословна пракса непоштена ако је противна захтевима професионалне пажње и ако битно нарушава или прети да битно наруши економско понашање, у вези са производом, просечног потрошача на кога се та пословна пракса односи или којој је изложен, односно понашање просечног члана групе, када се пословна пракса односи на групу потрошача.

Чланом 18. став 6. Закона о заштити потрошача прописано је да се непоштеном пословном праксом нарочито сматра обмањујућа пословна пракса и насртљива пословна пракса.

Чланом 19. став 1. тачка 4) Закона о заштити потрошача прописано је да се под обмањујућом пословном праксом, у смислу овог закона, сматра пословна пракса трговца којом наводи или прети да наведе потрошача да донесе економску одлуку коју иначе не би донео, тако што му даје нетачна обавештења или стварањем општег утиска или на други начин, чак и када су обавештења која даје тачна, доводи или прети да доведе просечног потрошача у заблуду у погледу цене или начина на који је обрачуната или постојања одређених погодности у погледу цене.

Чланом 145. став 1. тачка 2) Закона о заштити потрошача прописано је да повреда колективног интереса потрошача постоји у случају непоштене пословне праксе у смислу чл. 17-23. овог закона, односно неправичних одредби у потрошачким уговорима у смислу чл. 41-45. овог закона.

Чланом 78. Споразума о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, са једне стране, и Републике Србије, са друге стране, који је ратификован Законом о потврђивању Споразума о стабилизацији и придруживању између Европских заједница и њихових држава чланица, са једне стране, и Републике Србије, са друге стране („Сл. гласник РС - Међународни уговори“, бр. 83/2008), Република Србија преузела је обавезе којима ће, између осталог, обезбедити политику активне заштите потрошача у складу са комунитарним правом и усклађивање законодавства о заштити

потрошача у Србији са заштитом која је на снази у Заједници. Право Европске уније (Acquis Communautaire) чини примарно законодавство ЕУ (Оснивачки уговори, Уговори о приступању поједине државе чланице), секундарно законодавство ЕУ (уредбе, директиве, одлуке, мишљења, препоруке), као и судска пракса Европског суда правде као највише судске инстанце Европске уније надлежне да даје тумачење одредаба европског права, укључујући ту и европске прописе о заштити потрошача који су у потпуности транспоновани у национални Закон о заштити потрошача. С обзиром на напред наведени споразум, овај орган је сагледао и одређене пресуде Европског суда правде.

Европски суд правде је у својим пресудама у случајевима C-261/07 и C-299/07 VTB-VAB NV v Total Belgium NV и Galatea BVBA v Sanoma Magazines Belgium NV [2009] ECR I-02949; случај C-304/08 Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV v Plus Warenhandelsgesellschaft mbH [2010] ECR I-00217; случај C-522/08 Telekomunikacija Polska [2010] ECR I-2079; случај C-540/08 Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag v Österreichzeitungsverlag GmbH [2010] ECR I-10909, утврдио да се правила о непоштеној пословној пракси увек примењују на случајеве када одређена пословна пракса угрожава или прети да угрози економске интересе потрошача, без обзира да ли и у којој мери је та пословна пракса усмерена и на другу категорију купаца.

Европски суд правде је у својој пресуди у случају C-122/10 Konsumentombudsmannen (Ko) v Ving Sverige AB [2011] ECR I-03903 истакао значај јасног истицања цене производа који се оглашава на јасан и недвосмислен начин који омогућава потрошачу да лако и недвосмислено буде обавештен о крајњој цени коју је дужан да плати.

Имајући у виду све наведено, овај орган је утврдио да у овом конкретном случају има места примени одредаба о непоштеној пословној пракси утврђеној Законом о заштити потрошача, без обзира што су циљна група трговца Метро професионални купци. Наиме, проширење система продаје и на физичка лица-потрошаче, резултира тиме да је овај трговац дужан да своје пословање у потпуности усклади са прописима који уређују малопродају и да испуни све обавезе прописане Законом о заштити потрошача и Законом о трговини, као основним прописима који уређују промет робе/услуга на мало.

С обзиром на описани начин истицања продајне цене од стране трговца у продајним објектима и на сајту, чињеницу да трговац обавља и трговину на велико и трговину на мало, трговац поступа супротно цитираној одредби Закона о трговини, и то тако што јасно, на уочљив начин не истиче прво продајну (малопродајну) цену, па велепродајну цену за сваку робу коју нуди на продају, већ у први план, видно истиче, крупним фонтом, цену без пдв-а, чиме се код потрошача ствара утисак да је то цена коју је дужан да плати. На описани начин трговац Метро поступа на начин из члана 19. став 1. тачка 4) Закона о заштити потрошача тако што обмањује потрошаче стварањем општег утиска у погледу цене коју је потрошач дужан да плати.

На основу свега наведеног, овај орган је утврдио да је именовани трговац учинио повреду колективног интереса потрошача обављајући непоштenu пословну праксу у виду обмањујуће пословне праксе јер је доводи у заблуду потрошаче у погледу продајне цене коју је потрошач дужан да плати. Наводи трговца да су професионални купци у фокусу пословања трговца, а да се продаја физичким лицима обавља као споредна, пратећа активност нису од утицаја на утврђивање постојања повреде колективног интереса потрошача јер се трговина на мало мора обављати у складу са одредбама прописа који регулишу заштиту потрошача и промет робе на мало.

Чланом 126. став 1. Закона о заштити потрошача прописано је да Министарство спроводи поступак и одређује мере заштите колективног интереса потрошача, док је чланом 149. истог закона прописано да Министарство решењем одлучује о постојању повреде и одређивању мере. Чланом 192. Закона о општем управном поступку предвиђено је да на основу одлучних чињеница утврђених у поступку, орган надлежан за решавање доноси решење о управној ствари која је предмет поступка.

Имајући у виду напред наведено чињенично стање, као и законске одредбе, одлучено је као у диспозитиву овог решења.

ПОУКА О ПРАВНОМ СРЕДСТВУ:

Против овог решења не може се изјавити жалба. Против овог решења може се тужбом покренути управни спор пред Управним судом у року од 30 дана од дана пријема решења.

МИНИСТАР

Расим Љајић