

COMPLIANCE INSIGHTS

Vol. 91

Sprawdź, czy
dobrze
informujesz
o cenie, zanim
zrobi to UOKiK.



1. Gdzie szukać zasad informowania o cenach?

Ustawa z dnia 9 maja 2014 roku o informowaniu o cenach towarów i usług zawiera szczegółowe wytyczne w zakresie informowania o cenach. Nowelizacja ustawy obowiązująca od 1 stycznia 2023 roku implementująca dyrektywę Omnibus miała na celu eliminację fałszywych obniżek czy też sztucznego zawyżania ceny, aby następnie zaprezentować atrakcyjną promocję.

Ustawodawca wprowadził obowiązek podawania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Z analizy postępowań UOKiK wynika, że nie wszyscy przedsiębiorcy zastosowali prawidłowo nowe wytyczne.



2. Informowanie o obniżce

Samo obniżenie ceny, np. w przypadku zmian cennikowych wynikających z niższej ceny zakupu, niższego kosztu produkcji, bez zwracania uwagi konsumentów na obniżkę, z prezentowaniem tylko jednej ceny – **nie niesie za sobą obowiązku informowania o najniższej cenie z ostatnich 30 dni.**

Obowiązek ten pojawia się w momencie, gdy sprzedawca informuje o możliwości zakupu po cenie niższej, ze wskazaniem ceny przed obniżką. Są to przypadki komunikowania obniżki, prezentowania znaku „%” ze wskazaniem wysokości rabatu, przekreślenia ceny, zestawienia ceny wyższej z niższą, a nawet używania szczególnej kolorystyki, np. czerwonej, przyciągającej uwagę.



3. Towary lub usługi oferowane krócej niż przez 30 dni

Towary lub usługi wprowadzone do obrotu, które są oferowane do sprzedaży w okresie krótszym niż 30 dni, jeżeli są objęte promocją cenową lub obniżką z innego tytułu, na etykiecie cenowej powinny mieć wskazaną cenę, która obowiązywała w okresie od dnia rozpoczęcia oferowania tego towaru lub usługi do dnia wprowadzenia obniżki. **Za nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą konsumentów w błąd może zostać uznane informowanie konsumentów o obniżeniu ceny towaru, który dopiero został wprowadzony do obrotu i nie ma wcześniejszej ceny, która mogłaby zostać obniżona.**



4a. Brak obowiązku informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką

Towar niepełnowartościowy lub towar pod koniec terminu przydatności niebędący towarem szybko psującym się, może być oferowany konsumentom po obniżonej cenie, bez informowania wprost o obniżce.

Sprzedawca może prezentować konsumentowi porównanie ceny towaru pełnowartościowego z ceną towaru niepełnowartościowego, ale w taki sposób, **aby porównanie tych cen nie wywołało u konsumenta wrażenia obniżki.**



4b. Brak obowiązku informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką

Sprzedawca nie ma również obowiązku informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w sytuacji, gdy wyprzedaje ostatnie sztuki towaru pełnowartościowego poprzez komunikację „ostatnie sztuki”, „likwidacja kolekcji” itp. Obowiązek ten jednak powstaje, gdy obniżenie ceny wynika z promocji.



5. Promocje „krocząca”

Przepisy nie przewidują szczególnych regulacji w przypadku zwiększania promocji. Chodzi o przypadki, gdy sprzedawca zwiększa wielkość obniżki (najpierw rabat 10%, potem 20% itd.).

W sytuacji tzw. promocji kroczącej przedsiębiorca ma obowiązek obliczać każdą kolejną obniżkę względem najniższej ceny z 30 dni przed tą obniżką i informować o niej konsumentów. Od powyższej zasady jest wyjątek – w przypadku obniżki ceny towarów ulegających szybkiemu zepsuciu lub z krótkim terminem przydatności, przedsiębiorca powinien informować o najniższej cenie sprzed pierwszej obniżki.



6. Gdzie informować o obniżkach?

Informacja o cenie ma być **podana w miejscu sprzedaży detalicznej towaru lub świadczenia usługi**, ze wskazaniem ceny jednostkowej, w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. Sprzedawcy zazwyczaj podają ceny na kartach produktu w sklepach internetowych lub na etykietach cenowych w placówkach stacjonarnych. W każdym przypadku, gdy towar lub usługa sprzedawane są po obniżonej cenie, przedsiębiorca w tym samym miejscu i czasie zobowiązany jest podać informację o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką. Informacja ta musi być dostępna w całym okresie obowiązywania obniżonej ceny.



7. Sankcje

Nieprawidłowe prezentowanie ceny, niejasne dla konsumenta informowanie o obniżce, może wprowadzać konsumentów w błąd. W konsekwencji przedsiębiorca stosujący nieprawidłowe oznaczenia cen może dopuścić się naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. UOKiK w drodze decyzji może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości do 10% obrotu za ostatni rok przed nałożeniem kary. Samo postępowanie prowadzone przez UOKiK może być dla przedsiębiorcy obciążające i angażujące ze względu na rodzaj, zakres i ilość danych, które przedsiębiorca jest zobowiązany przekazać Urzędowi. **Sprawdź, czy prawidłowo prezentujesz ceny swoich towarów lub usług, zanim UOKiK zrobi to za Ciebie.**



Kontakt



Mariusz Purgał

Partner

mariusz.purgal@kwkr.pl

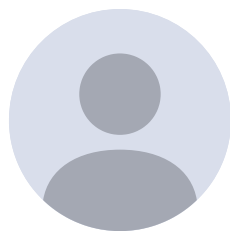


Joanna Bochaczyk

Associate

joanna.bochaczyk@kwkr.pl

Zespół Compliance KWKR



**Michał
Hady**



**Anna
Bartosik**



**Maksymilain
Skrzypek**



**Justyna
Staszkiwicz-Maj**



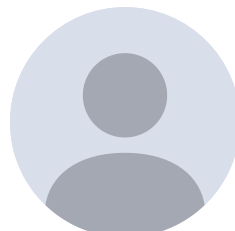
**Katarzyna
Kanik**



**Kamil
Szymański**



**Jakub
Miśkiewicz**



**Karolina
Bennich**

KWKR

Behind Your **Growth**