CENA OBNIŻONA CZY PODWYŻSZONA? – PIERWSZE ZARZUTY PREZESA UOKIK PO ZMIANACH PRZEPISÓW

* **Prezes UOKiK Tomasz Chróstny stawia pierwsze zarzuty 4 przedsiębiorcom w związku z błędnym prezentowaniem promocji.**
* **Zalando, Media Markt, Sephora, Glovo – za naruszenie praw konsumentów grozi im kara nawet do 10 proc. obrotu.**
* **Od 1 stycznia br. sprzedawcy informujący o obniżce muszą podawać najniższą cenę z 30 dni przed jej wprowadzeniem.**

**[Warszawa, 10 lipca 2023 r.]** Już pół roku obowiązują przepisy, które nakładają na przedsiębiorców organizujących obniżki obowiązek informowania o najniższej cenie z 30 dni poprzedzających promocję. Dzięki tym zmianom konsumenci mają jasny punkt odniesienia dla wysokości obniżek, a przedsiębiorcy nie mogą wykorzystywać tzw. żonglerki cenami, by nieuczciwie uatrakcyjniać swoje oferty podczas wyprzedaży czy promocji.

Najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki to teraz jedna z najważniejszych informacji dla konsumentów. Jest podstawą, do której musi odnosić się aktualna promocja. Obowiązek jej podawania ma ułatwić kupującym podejmowanie decyzji zakupowych i weryfikację rzeczywistej korzyści cenowej.

Od początku wprowadzenia nowych przepisów UOKiK monitoruje zarówno rynek tradycyjny, jak i e-commerce. Sprawdza, czy przedsiębiorcy dostosowali się do nowych regulacji i przestrzegają nowych praw konsumenckich. Wystosowanych zostało ponad 60 wystąpień miękkich dotyczących zasad prezentowania obniżek, w toku jest 12 postępowań wyjaśniających w sprawie sklepów stacjonarnych. Prezes Urzędu wydał również wyjaśnienia dla przedsiębiorców. Znaczna część przedsiębiorców po wystąpieniach Prezesa UOKiK oraz przedstawionych wyjaśnieniach zmieniła nieuczciwe praktyki. Niektórzy jednak nadal starają się prezentować swoje promocje jako atrakcyjniejsze, niż są one w rzeczywistości.

*- Razem z Inspekcją Handlową monitorujemy zasady dotyczące wdrażania nowych przepisów. Badamy sklepy stacjonarne, portale internetowe oraz platformy. Jasno zapowiadałem, że po etapie sprawdzania i wyjaśniania, jeśli w dalszym ciągu będą występowały nieprawidłowości, to spotkają się one z reakcją po stronie organu. Najwięcej błędów zauważyliśmy w zakresie uwidaczniania cen, w tym najniższej z ostatnich 30 dni przed obniżką. Po pół roku obowiązywania nowych zasad ruszamy z zarzutami względem pierwszych czterech przedsiębiorców, nie wykluczając jednak kolejnych. Chcemy zapobiec dalszemu łamaniu praw konsumentów, ponieważ wyeliminowanie „żonglerki cenami” oraz dostarczenie kupującym rzetelnego punktu odniesienia w postaci najniższej ceny z ostatnich 30 dni przed obniżką było głównym celem wprowadzonych zmian prawnych -* mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

Obowiązek rzetelnego informowania konsumentów o cenie – w tym, w przypadku promocji, o najniższej cenie z 30 dni – obejmuje każde miejsce i wszystkie etapy sprzedaży. **Przedsiębiorcy: Zalando, Media Markt, Sephora i Glovo, komunikując promocje, mogli wprowadzać konsumentów w błąd i naruszać ich zbiorowe interesy.** Zarzuty dotyczą m.in. niepodawania najniższej ceny obowiązującej 30 dni przed wprowadzeniem obniżki bądź informowania o niej w sposób nieczytelny, nieuwzględniania w aktualnej promocji odniesienia do tej ceny, stosowania filtrów i prezentacji ofert nieodnoszących się do niej i niekonsekwentnego używania innych punktów odniesienia.

Obniżki cen są często stosowanym narzędziem marketingowym, dzięki któremu przedsiębiorcy zachęcają konsumentów do zrobienia zakupów właśnie w ich sklepie czy serwisie. Niedopuszczalne jest, aby konsumenci dostawali komunikat o dużej obniżce procentowej bądź kwotowej, gdy w praktyce promocja nie jest dla nich korzystna w porównaniu do najniższej ceny z 30 dni przed jej wprowadzeniem. Kwestionowana praktyka dotyczy sytuacji, gdy kupujący kuszeni są wielkimi rabatami, a najniższa cena produktu lub usługi z 30 dni przed wprowadzeniem promocji nie pokazuje obniżki, a czasem wręcz świadczy o podwyższeniu ceny. Takie działania przedsiębiorców mogą wprowadzać konsumentów w błąd. Przykładowo użytkownik e-sklepu mógł zobaczyć ofertę promocyjną bluzy damskiej dostępnej za 178 zł w rzekomo okazyjnej cenie, niższej o 15 proc. od „ceny początkowej”. Tymczasem przy porównaniu tej obniżki do najniższej ceny z 30 dni przed jej wprowadzeniem okazywało się, że cena jest aktualnie o 55 proc. wyższa.

Również nieczytelne informowanie o najniższej cenie z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki - stosowanie małej czcionki, słabo widocznego koloru w zestawieniu z wyrazistymi komunikatami o cenie aktualnej bądź o wielkości rabatu - może naruszać zbiorowe interesy konsumentów. Jeśli przedsiębiorca udostępnia filtry do wyszukiwania promocji, ich działanie musi być uczciwe. Narzędzia do wyszukiwania obniżek (np. do 50 proc.) powinny odnosić się do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, tak aby realnie służyły konsumentom. Jeśli podstawą do filtrowania promocji są inne punkty odniesienia, konsumenci mogą mieć problem z oceną, które z prezentowanych im produktów są w rzeczywistości w korzystnej cenie.

W przypadku stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Prezes UOKiK może nakazać zmiany niedozwolonej praktyki oraz nałożyć karę w wysokości do 10 proc. rocznego obrotu.

To pierwsze zarzuty Prezesa UOKiK dotyczące tego, jak rynek dostosował się do nowych wymagań dotyczących informowania o promocjach cenowych. Urząd weryfikuje także inne obowiązki wynikające ze zmienionego prawa. Sprawdzamy, czy przedsiębiorcy podają dane kontaktowe, w szczególności numer telefonu, który powinien zapewniać możliwość efektywnego kontaktu, oraz czy konsumenci znajdą na platformach informacje o tym, czy oferta pochodzi od przedsiębiorcy, czy osoby prywatnej, co warunkuje np. kwestię odstąpienia od umowy.

**Jak prawidłowo informować o obniżkach cen?**

Sprzedawca powinien prezentować najniższą cenę z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki w sposób czytelny i niebudzący wątpliwości konsumenta, niezależnie, czy jest to obniżka procentowa czy kwotowa. Informacja o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką powinna się znaleźć **wszędzie tam, gdzie przedsiębiorca informuje o rabatach dotyczących konkretnego produktu**, a więc np. w reklamie, przy produkcie na półce sklepowej, na wywieszce, w gazetce sieci handlowej, przy sprzedaży warunkowej, w programie lojalnościowym, w wynikach wyszukiwania w sklepie internetowym i na karcie konkretnego artykułu. Co więcej, jeśli przedsiębiorca informuje o obniżce kilkukrotnie - na różnych etapach dokonywania zakupów – to za każdym razem powinno temu towarzyszyć podanie najniższej ceny z 30 dni przed promocją, aby konsument mógł w każdym momencie porównać ją do aktualnej obniżki.

**Jesteś przedsiębiorcą?**

Skorzystaj z bezpłatnych materiałów i oznaczaj poprawnie obniżki cen. Jeśli szukasz praktycznej wiedzy na temat tego, jak to robić - pomogą w tym specjalnie przygotowane publikacje oraz strona internetowa:

[„Informacje o obniżce ceny – Wyjaśnienia Prezesa UOKiK”](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=27128)tokompendium wiedzy, jak obliczać oraz prawidłowo prezentować ceny. Oprócz przykładów dobrych i złych praktyk znajdziesz tu wytyczne przygotowane specjalnie przez naszych prawników tłumaczące również niestandardowe przypadki.

„[Rewolucja konsumencka 2023 – przewodnik po zmianach w prawie konsumenckim”](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=27203) to nasza najnowsza publikacja, opracowana przez Fundację LexCultura. Przewodnik wzbogacony o przykłady ułatwiające zapoznanie się z wprowadzonymi regulacjami. Z jego pomocą zapewnisz przejrzystość umów zawieranych on-line, zgłębisz przepisy obowiązujące na dynamicznie rozwijającym się rynku cyfrowym, dowiesz się, jak została wzmocniona ochrona seniorów i poznasz nowe przepisy dotyczące niezgodności towaru z umową.

[Prawakonsumenta.uokik.gov.pl](https://prawakonsumenta.uokik.gov.pl/) - kompleksowy wirtualny przewodnik po prawach konsumenta. Znajdziesz tu m.in. aktualne zasady reklamacji, gotowe wnioski reklamacyjne oraz porady dotyczące polubownego rozwiązywania sporów.

Publikacje możesz bezpłatnie pobrać ze strony [uokik.gov.pl](https://uokik.gov.pl/), a jedną z nich nawet zamówić w formie drukowanej[w naszym sklepiku](https://uokik.gov.pl/publikacje.php).Zachęcamy do zapoznania, dzielenia się nimi i udostępniania.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 222 66 76 76 – infolinia konsumencka
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie