Renee i Born2Be z zarzutami Prezesa UOKiK

* **Prezes UOKiK wszczął postępowanie przeciwko AzaGroup – właścicielowi** **sklepów internetowych Renee.pl i Born2Be.pl.**
* **Wątpliwości dotyczą prezentowania w tych sklepach promocji: brakuje informacji o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką, a atrakcyjne ceny widniejące w reklamach są przeznaczone wyłącznie dla członków programu lojalnościowego.**
* **Kara za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może wynieść do 10 proc. obrotu przedsiębiorcy.**

**[Warszawa, 2 lipca 2024 r.]** Renee i Born2Be to popularne sklepy internetowe z odzieżą i obuwiem należące do spółki AzaGroup. Wątpliwości Prezesa UOKiK budzi sposób oznaczania promocji w ich ofercie – niezgodny z przepisami dyrektywy Omnibus i mogący wprowadzać konsumentów w błąd.

Od 1 stycznia 2023 r. obowiązują zmienione przepisy ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług co do sposobu uwidaczniania ceny w przypadku informowania o jej obniżeniu. Przedsiębiorcy są zobowiązani do uwidaczniania informacji o najniższej cenie towaru lub usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem promocji. Wynika to z implementacji przepisów dyrektywy Omnibus, mającej zapewnić lepsze egzekwowanie i unowocześnienie unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumentów.

 – Wielokrotnie podkreślaliśmy, że informacja o cenie musi być podana jasno, wyraźnie i nie może wprowadzać w błąd. W przypadku promocji, najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest najważniejsza dla konsumenta. Bez niej nie ma żadnego punktu odniesienia, który pozwoliłby ocenić rzeczywistą wielkość rabatu. Cały czas analizujemy działania różnych przedsiębiorców pod tym kątem i reagujemy, gdy widzimy nieprawidłowości – mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

We wszczętym postępowaniu w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Prezes UOKiK postawił AzaGroup trzy zarzuty:

* **Brak prezentowania najniższej ceny z ostatnich 30 dni** – czego wymaga dyrektywa Omnibus w przypadku oferowania zniżki.

Obowiązek rzetelnego informowania konsumentów o cenie, w tym najniższej cenie z 30 dni przed ogłoszeniem obniżki, obejmuje wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przekazów reklamowych, aż do momentu zawarcia umowy. Natomiast sklepy Renee.pl i Born2Be.pl, zarówno w aplikacji mobilnej, jak i na stronie internetowej, nie dopełniają tego obowiązku.

* **Niska cena tylko dla członków klubów lojalnościowych Renee lub Born2Be**.

AzaGroup może wprowadzać konsumentów w błąd nie informując o prawdziwej cenie produktów. Reklamy obu sklepów w internecie kuszą atrakcyjnymi ofertami, jednak są one dostępne jedynie dla osób posiadających konto w ich klubie lojalnościowym. Konsument dowiaduje się o tym dopiero po kliknięciu w reklamę prowadzącą na stronę sklepu. Żeby kupić produkt w cenie wskazanej na banerze reklamowym, trzeba założyć konto w serwisie, przyłączyć się do klubu lojalnościowego i wpisać kod promocyjny. Gdyby te warunki były jasne już na etapie oglądania reklamy, konsument mógłby w ogóle nie zainteresować się ofertą.

* **Wprowadzanie w błąd co do korzyści cenowej**.

Wątpliwości budzi także możliwość oferowania przez właściciela sklepów Renee oraz Born2Be jako „promocyjne” tych produktów, których cena nie zmieniła się lub nawet wzrosła względem najniższej ceny obowiązującej w ciągu 30 dni przed obniżką. Tymczasem promocja rzeczywiście jest promocją, jeśli w ciągu ostatnich 30 dni produkt był sprzedawany drożej – w innym przypadku używanie słów „wyprzedaż”, „promocja”, czy „obniżka”, może być nieprawidłowe. Jeśli wcześniejszy koszt nie odbiega od aktualnego, nie można uznać, że wystąpiła korzyść cenowa. Prawidłowym sposobem obliczania obniżki jest odnoszenie aktualnej ceny sprzedaży do najniższej ceny danego produktu w ciągu ostatnich 30 dni.

Postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów może się zakończyć m.in. nałożeniem kary finansowej do 10 proc. obrotu przedsiębiorcy.

Prezes UOKiK monitoruje jak przedsiębiorcy dostosowali się do nowych obowiązków – postawił zarzuty [Zalando, Media Markt, Sephora, Glovo](https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19716) oraz [Shell Polska](https://uokik.gov.pl/zle-oznaczona-promocja-paliw-na-shell-polska-zarzuty-urzedu) w związku z błędnym prezentowaniem promocji, wystosował ponad 70 wystąpień miękkich, w toku jest 14 postępowań wyjaśniających w sprawie sklepów stacjonarnych. Po działaniach UOKiK znaczna część przedsiębiorców skorygowała dotychczasowe praktyki.

Zobacz [wyjaśnienia Prezesa UOKiK, jak prawidłowo prezentować informacje o obniżce](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=27128). Zachęcamy też to obejrzenia webinaru [„O cenie na przecenie – dla przedsiębiorców”](https://www.youtube.com/watch?v=TzEfedKK5n4&feature=youtu.be).

**Pomoc dla konsumentów:**

Infolinia konsumencka: 801 440 220 lub 222 66 76 76
[Poradydlakonsumentow.pl](https://poradydlakonsumentow.pl/)
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie.