



OSTROWSKI I WSPÓLNICY

Dyrektywa Omnibus: Informowanie o obniżkach cen



nowe zasady
i praktyczne wyjaśnienia



DISCOUNT%

ALERT PRAWNY

01 Podstawowe informacje

Obowiązek ujawniania tzw. ceny „wyjściowej” / „wcześniejszej”, a coraz częściej nazywanej „omnibusowej”, został wprowadzony do ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U.2023.168 t.j. z dnia 23 stycznia 2023 r., dalej: **ustawa o informowaniu o cenach towarów i usług**). Jest to wynik tzw. **Dyrektywy Omnibus***.

Obowiązek ten należy stosować **od dnia 1 stycznia 2023 r.**



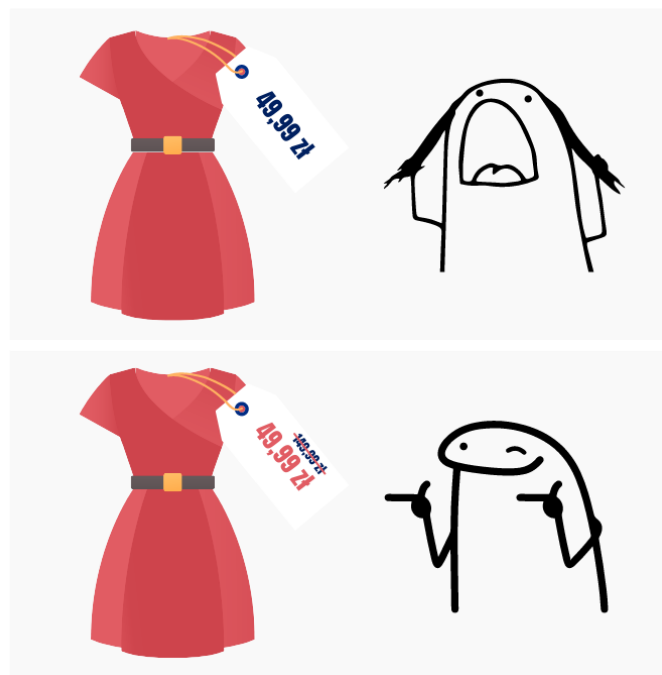
Istota tego obowiązku sprowadza się do konieczności podawania – w przypadku **informowania** o obniżce ceny towaru czy usługi – najniższej ceny tego towaru czy usługi z ostatnich 30 dni (co do zasady – od której są wyjątki).

*Dyrektywa Omnibus to powszechnie używany skrót dyrektywy unijnej, której pełna nazwa to: Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta, Dz.U.U.E.L.2019.328.7 z dnia 2019.12.18.

Celem zmiany jest **wyeliminowanie zjawiska „sztucznego zawyżania cen”**, które polega na intencjonalnym zawyżeniu ceny na chwilę przed planowaną promocją. W efekcie tego zjawiska konsument będąc przekonany, że trafił na świetną okazję – decyduje się na zakup i płaci faktycznie regularną cenę produktu (bądź nawet wyższą od regularnej), ewentualnie tylko niewiele niższą cenę od regularnej. Sama decyzja o podjęciu zakupu w dużej mierze jest wynikiem tego, że na klienta oddziałuje psychologiczny mechanizm hasła: „promocja”, który najczęściej powoduje że konsumenci inaczej postrzegają cenę przedstawianą jako promocyjną niż taką która jest prezentowana jako cena regularna. W większości wypadków powoduje to odczucie o atrakcyjności danej oferty, a konsumenci są wówczas bardziej podatni na mniej świadome dokonywanie wyborów, tj. dokonują zakupów na które normalnie nie zdecydowaliby się.

02

Jaki jest cel?



03

Co należy rozumieć pod pojęciem: „informowanie o obniżeniu ceny towaru / usługi”?



Jest to każdy przypadek podawania do wiadomości skierowanej do ogółu / większości / znacznej liczby konsumentów faktu obniżenia ceny towaru / usługi.



Każdy ogólnodostępny komunikat z którego wynika obniżenie ceny / w którym ogłasza się i prezentuje obniżkę cen.



Każdy ogłaszany publicznie komunikat stanowiący oświadczenie promocyjne.



Sposób komunikowania obniżki cen może przybierać różnorodne formy – nie tylko pisemne, ale także wynikające z kontekstu sytuacyjnego, np.:

- użycie takich słów jak „promocja”, „obniżka”, „okazja”, „przecena”, „oferta specjalna - obniżamy ceny”, „wielka okazja”,
- zamieszczenie obok ceny informacji że należy od niej odliczyć określony procentowo rabat np. „-50%” czy po prostu zamieszczenie obok ceny napisu „-50%”,
- ogłoszenia „dzisiaj taniej o kwotę VAT”,
- przekreślenie wyższej ceny i podanie nowej ceny, np. 100 zł / 50 zł,
- oznaczenie ceny wyróżniającym się kolorem (w szczególności czerwonym) bądź sytuacja gdy na regularnej białej etykiecie / metce na „starej” cenie naklejony jest pomarańczowy / żółty pasek z nową ceną.



Istotne jest, jakie wrażenie werbalne, jak i wizualno-psychologiczne odgrywa dany komunikat, tj. czy wydany komunikat pozwala na jego odbiór jako obniżkę ceny (ofertę specjalną / promocję).



To nie tylko komunikat promocyjny sprzedawcy zamieszczony na stronie internetowej czy w sklepie stacjonarnym, ale także ogłoszenia promocyjne zawarte w reklamach (w tym np. gazetkach promocyjnych).

DISCOUNT



04

Co należy rozumieć pod pojęciem **towaru i usługi?**

Podkreślenia wymaga, iż polski ustawodawca w stosunku do unijnej regulacji poszedł o krok dalej i obowiązek informowania o najniższej wcześniejszej cenie dotyczy **zarówno towarów jak i usług** w rozumieniu ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług.

Zgodnie z przepisami unijnego prawa konsumentów, wystarczające byłoby bowiem zastrzeżenie regulacji wyłącznie dla towarów rozumianych jako rzeczy ruchome.

Polski ustawodawca rozszerzył zakres przedmiotowy ustawy nie tylko o usługi, ale także samo pojęcie towarów jest szersze niż definicja unijna.

Zgodnie z polskimi przepisami:

- **Towar – rzecz, energia oraz prawa majątkowe zbywalne.**
- **Usługi – czynność świadczona odpłatnie, wymieniona w klasyfikacjach wydanych na podstawie przepisów o statystyce publicznej.**

Tym samym obowiązki informacyjne dotyczące obniżek cen dotyczą nie tylko rzeczy ruchomych (np. obniżki ceny telewizora), ale **dotyczą także np.: sprzedaży nieruchomości, usług gastronomicznych, hotelarskich.**

05

Na czym polega istota **obowiązku**?

Jaką cenę należy ujawnić? Jak prawidłowo uwidocznic cenę?

Sama treść ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług może delikatnie wprowadzać w błąd. Zgodnie bowiem z jej treścią, w przypadku informowania o obniżce ceny, należy podać także informację o najniższej cenie z ostatnich 30 dni (od czego są wyjątki – zaprezentowane dalej).

Jak możemy jednakże wyczytać z samej Dyrektywy Omnibus oraz Zawiadomienia Komisji Europejskiej*, podanie takiej ceny to nie tylko kwestia informacji, ale także ma ona stanowić tzw. **wcześniejszą cenę odniesienia pozwalającą na ocenę, czy nowa cena przedstawiana jako promocyjna faktycznie taką ceną jest i jaki jest poziom (wysokość) obniżki.**

Oznacza to tym samym, iż w przypadku gdy najniższą ceną z ostatnich 30 dni była cena 50 zł, cena regularna to kwota 100 zł, a w ramach najnowszej obniżki ma zostać wprowadzona cena 40 zł, ceną odniesienia jest cena 50 zł, a nie 100 zł. Wówczas konieczne jest wyraźne wskazanie ceny 50 zł i oznaczenie jej jako najniższej ceny z ostatnich 30 dni oraz ceny promocyjnej. Można, ale nie trzeba wskazywać ceny 100 zł – jeżeli sprzedawca podejmie decyzję o jej uwidocznieniu, powinien oznaczyć ją jako regularną cenę, ale taka informacja nie powinna „przyćmić” najniższej ceny z ostatnich 30 dni – to ta cena powinna być najbardziej widoczna i rzucać się w oczy. Jako nieprawidłową praktykę należy uznać przedstawianie najniższej wcześniejszej ceny tzw. „drobnym maczkiem”, poniżej czy na końcu metki czy cennika oraz wyeksponowanie poprzez np. wyboldowanie i oznaczenie dużymi cyframi pozostałych cen (w szczególności regularnej).

*Zawiadomienie Komisji - Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania art. 6a dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (2021/C 526/02).

Jeżeli promocja jest przedstawiana poprzez procent obniżki, to powinien być on liczony od najniższej ceny z ostatnich 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Przykłady prawidłowego i nieprawidłowego prezentowania cen znajdziesz obok.



Wskazana etykieta stanowi zatem ogłoszenie o obniżce cen. Co do zasady zatem, przy ogłoszeniu o obniżce cen, należy uwidaczniać także najniższą wcześniejszą cenę. Jak możemy jednak wyczytać z Komunikatu Komisji Europejskiej:

Jeżeli jednak obniżka ceny zostaje ogłoszona w formie ogólnego oświadczenia np. fizycznego banera lub komunikatu internetowego „wcześniejsza” cena nie musi być podana na tym samym nośniku, na którym prezentowane jest ogłoszenie o obniżce ceny. „Wcześniejsza” cena poszczególnych towarów objętych ogłoszeniem musi natomiast zostać podana w punkcie sprzedaży, tj. na odpowiednich metkach z cenami w sklepach lub w sekcjach cenowych interfejsów sklepów internetowych.

”

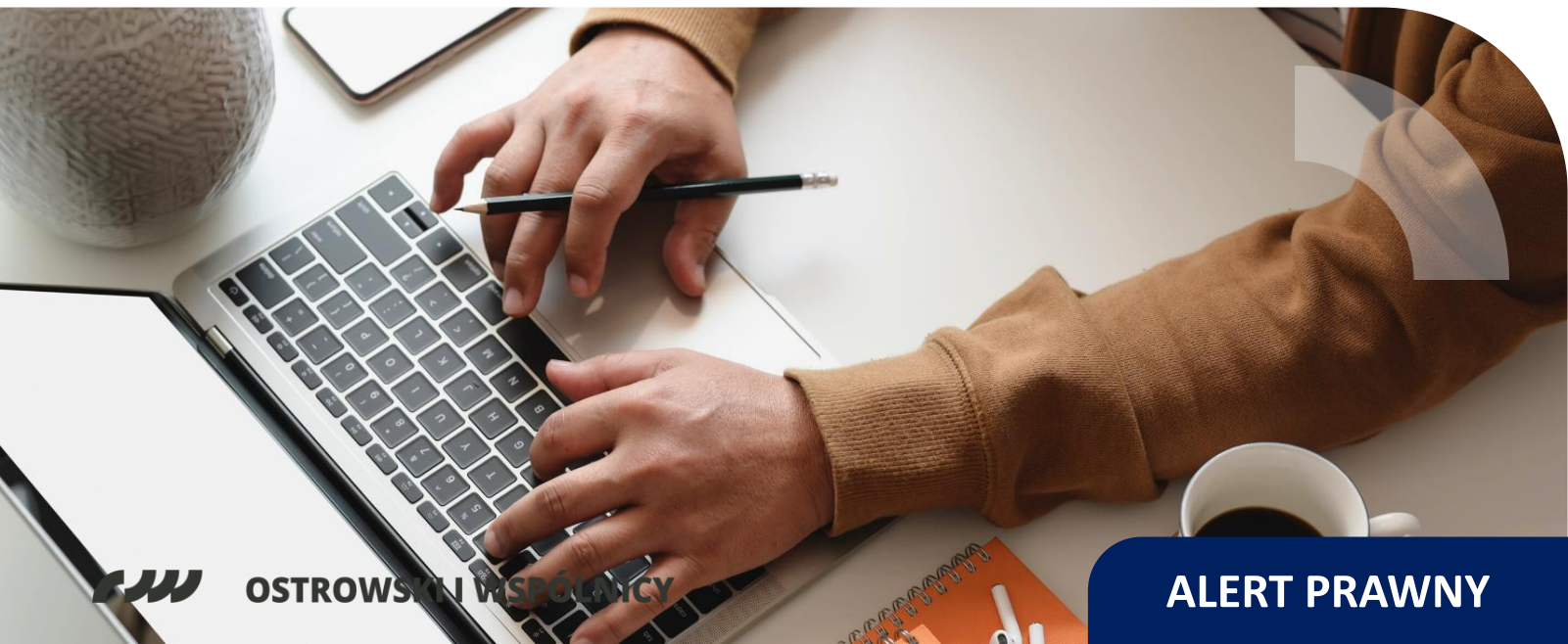
06

Wyjątki od uwidaczniania najniższej ceny z ostatnich 30 dni

Zasadą jest, że przy ogłaszaniu obniżki cen wprowadzony obowiązek uwidaczniania najniższej ceny polega na ustaleniu i ujawnieniu najniższej ceny **z ostatnich 30 dni** przed wprowadzeniem obniżki.

Jednak od każdej zasady istnieją wyjątki i chodzi tu o:

- **Towary / usługi oferowane do sprzedaży w okresie krótszym niż 30 dni** – jako najniższą wcześniejszą cenę należy wskazać najniższą cenę jaka obowiązywała od dnia rozpoczęcia oferowania towaru do sprzedaży;
- **Towary, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności** – należy wskazać cenę sprzed pierwszego zastosowania obniżki, a ww. terminy nie mają zastosowania. Biorąc pod uwagę powyższe, należy odczytać intencję ustawodawcy w ten sposób, iż w przypadku takich towarów należy uwidaczniać cenę z dnia poprzedzającego wprowadzenie promocji.



07 **Kto i wobec kogo** jest zobowiązany do realizacji obowiązku informacyjnego?

W tym zakresie polskie przepisy także „idą dalej” niż Dyrektywa Omnibus oraz Zawiadomienie Komisji Europejskiej.

Obowiązek informowania o najniższej cenie towaru / usługi został wprowadzony do ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, która ma zastosowanie w relacji przedsiębiorca – konsument oraz przedsiębiorca – przedsiębiorca → pod warunkiem, że przedsiębiorca dokonujący zakupu jest nabywcą końcowym.

Jest to zatem rozszerzenie regulacji unijnej, która stawia sobie za cel ochronę konsumenta, tj. z Dyrektywy Omnibus i Zawiadomienia Komisji wynika iż opisywany obowiązek informowania o cenach ma zastosowanie wobec konsumentów.

Z nieoficjalnego stanowiska UOKiK wynika, że ograniczy się jednakże do weryfikacji przestrzegania tego obowiązku w relacji przedsiębiorca – konsument*. Nie zapomnijmy jednakże, że kontrolę w tym zakresie może przeprowadzić także Inspekcja Handlowa.

*<https://www.prawo.pl/biznes/obowiazek-informowania-o-cenach-sprzed-obnizki,516770.html> – data i godzina ostatniego dostępu: 30 stycznia 2023 r., g. 16:20.



Z całą pewnością opisane obowiązki informacyjne dotyczą sprzedawców towarów i usług. Ale nie tylko. Zgodnie z Zawiadomieniem Komisji, które w tym zakresie są powielone w uzasadnieniu ustawy wprowadzającej do polskich przepisów Dyrektywę Omnibus, ciążą one także na **pośrednikach**, jeżeli:

- ✓ jest on faktycznym sprzedawcą lub
- ✓ prowadzi sprzedaż w imieniu innego podmiotu.

Nadto, zgodnie z ustawą o informowaniu o cenach towarów i usług, obowiązki informacyjne należy respektować także w przypadku reklamy, zatem ciążą one także na **reklamodawcy** (który w tym zakresie powinien otrzymać stosowne informacje od podmiotu zlecającego reklamę). Dotyczy to na przykład gazetek promocyjnych.

DISCOUNT



Kiedy **nie** ma obowiązku informacyjnego w zakresie informowania o najniższej wcześniejszej cenie?

08

- Jeżeli przedsiębiorca obniża cenę, ale w żaden sposób nie ogłasza tego.
- Programy lojalnościowe czy spersonalizowane obniżki cen (co do zasady), np. obniżenie ceny w ramach zgromadzonych punktów, przyznanie klientowi rabatu z uwagi na urodziny. Jeżeli jednak programy lojalnościowe czy obniżki przedstawiane jako spersonalizowane są ogłaszane ogółowi klientów (np. sprzedawca prowadzi nagłośnioną akcją promocyjną: „dzisiaj taniej o 20% dla wszystkich uczestników programu lojalnościowego”, a komunikat ten jest skierowany do ogółu klientów).
- Ogólne oświadczenia marketingowe, takie jak „najlepsze ceny / najniższe ceny”, które promują ofertę sprzedawcy poprzez porównanie jej z ofertami innych przedsiębiorców bez odwoływania się do obniżki cen lub stwarzania wrażenia, że została ona zastosowana.
- Porównywanie cen.
- Oferty wiązane, np. 2+1 gratis.

Dyrektywa omnibus a polskie przepisy

– najistotniejsze różnice w zakresie obowiązku informowania o cenach

porównanie

09

	Dyrektywa Omnibus	Polskie przepisy
Zakres podmiotowy	Relacja przedsiębiorca - konsument	Relacja przedsiębiorca – konsument Relacja przedsiębiorca – przedsiębiorca (jeżeli jest nabywcą końcowym)
Zakres przedmiotowy	Towary - rzeczy ruchome	Towary – rzeczy ruchome (np. telefon, laptop, książka, tabliczka czekolady) i nieruchome (działka zabudowana, niezabudowana, mieszkanie), energia, zbywalne prawa majątkowe (np. prawo własności, użytkowanie wieczyste, spółdzielcze własnościowe prawo do lokalu) oraz usługi (np. gastronomiczne)

Należy pamiętać, iż dyrektywa unijna wskazuje minimum, jakie ma zostać przyjęte do przepisów krajowych. Jeżeli zatem w przepisach krajowych, została przewidziana szersza ochrona niż wynikająca z dyrektywy, to nie stanowi to naruszenia dyrektywy unijnej. Zgodnie z zasadami prawa unijnego, stosowanie przepisów wynikających z dyrektywy unijnej wymaga, co do zasady, przyjęcia przepisów krajowych, które mogą iść dalej niż przepisy unijne, tj. przewidywać szerszą / dalszą ochronę niż wynika to z regulacji unijnej, jeżeli nie stoi to w sprzeczności z zakresem i celem unijnej dyrektywy.

Ww. porównanie ma na celu wyjaśnienie rozbieżności, aby nie wysnuć błędnych wniosków po samej lekturze Dyrektywy Omnibus i zawiadomienia Komisji Europejskiej.

10 **Możliwe sankcje**

W przypadku niewykonywania obowiązków informacyjnych Wojewódzki inspektor Inspekcji Handlowej może nałożyć kary finansowe w wysokości:

- **do 20 000,00 złotych,**
- **do 40 000,00 złotych** (w przypadku, gdy nieprawidłowości zostaną wykryte co najmniej trzykrotnie w ciągu roku).

Nadto, niewykluczone są także kary UOKiK: Prezes UOKiK, w przypadku stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, może nałożyć karę w wysokości do 10 proc. obrotu na przedsiębiorstwo i do 2 mln zł na osobę zarządzającą.

KONTAKT

autorka alertu



Lidia Mucha

radca prawny
Kancelaria Ostrowski i Wspólnicy

+48 608 391 142
l.mucha@ostrowski-legal.net