

## Koniec fałszywych promocji i wyprzedaży

Wyobraź sobie, że cały rok czekasz na wyprzedaż z okazji Black Friday, żeby w atrakcyjnej cenie kupić wymarzoną kurtkę narciarską. Gdy nadchodzi ten długo wyczekiwany dzień, okazuje się, że kurtka jest rzeczywiście przeceniona – z 1000 zł na 600 zł, z jednym tylko „ale” – przez pozostałą część roku również kosztowała 600 zł. Czy nowe regulacje położą kres tworzeniu pozorów atrakcyjności promocji, chociaż cena jest taka sama lub nawet wyższa, niż w czasie regularnych zakupów?

### Nowe regulacje prawne

Od 1 stycznia 2023 r. wszedł w życie szereg przepisów, które mocno wpłynęły na prawo konsumenckie w Polsce, m.in. wprowadzono nowe zasady uwidaczniania cen w przypadku obniżek. W konsekwencji przedsiębiorca ma obowiązek podania obok informacji o obniżonej cenie również informacji o najniższej cenie tego towaru lub usługi, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, a w przypadku



towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności – obowiązek podania informacji o obniżonej cenie oraz informacji o cenie sprzed pierwszego zastosowania obniżki. Nowe regulacje mają szeroki zakres, dotyczą sprzedawców, prowadzących sprzedaż zarówno on-line, jak i stacjonarnie.

### Cel zmian w prawie

Wprowadzone zmiany mają na celu przyznanie konsumentom szerszej ochrony przed nieuczciwymi praktykami przedsiębiorców, stanowią odpowiedź na sztuczne zawyżanie cen przez przedsiębiorców oraz wprowadzaniu

# DOLNOŚLĄSKA KAMPANIA EDUKACJI KONSUMENCKIEJ



Koniec fałszywych promocji i wyprzedaży

konsumentów w błąd co do wysokości obniżki.

## Zakres nowego obowiązku

Przedsiębiorca powinien wypełnić nowe obowiązki w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi, czyli będą to nie tylko informacje bezpośrednio w sklepie przy produkcie, ale również we wszelkich materiałach reklamowych, gdzie podawane są obniżki cen.

Uwidocznienie to ma nastąpić w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen.

## Kiedy mówimy o obniżce cen?

Sposób komunikowania konsumentom obniżki cen może przybierać różne formy. Przykładowo w ujęciu procentowym (%), np. „50% taniej”, w postaci konkretnej kwoty, np. „100 złotych taniej”, „-20 zł”, przez podanie nowej (niższej) ceny wraz z podaniem poprzednio stosowanej (wyższej). Poprzednia cena może zostać przedstawiona w formie przekreślonej, np. „teraz 200 zł, było 100 zł” lub „50 zł/100 zł” lub za pomocą jakiegokolwiek innej techniki promocyjnej, np. „dzisiaj taniej o kwotę VAT”.

## Ogólne ogłoszenia wyprzedażowe

Co istotne, nowym przepisom podlegają również ogłoszenia takie jak „wyprzedaż”, „oferta specjalna” lub „promocja z okazji Czarne Piątku”, które stwarzają wrażenie obniżki cen, a co za tym idzie - w odniesieniu do towarów, których dotyczy takie ogłoszenie, przedsiębiorca musi podać „wcześniejszą” najniższą cenę.

## Sankcje

W przypadku naruszenia przez przedsiębiorcę powyższych przepisów Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej nakłada na niego, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 20 000 zł.

## Pamiętaj!

Nowe regulacje mają pomóc konsumentowi w podejmowaniu racjonalnych decyzji zakupowych. Bez wątplenia informacja o najniższej cenie w ostatnich 30 dniach przed wprowadzeniem obniżki pozwoli nam na szerszą ocenę atrakcyjności oferowanej promocji.

