



# KONTROLA INSPEKCJI HANDLOWEJ

*Prawidłowość przekazywania  
przez przedsiębiorców informacji  
o cenach towarów i usług*

**Sprawdź listę nieprawidłowości** - znajdziesz ją w osobnym dokumencie



**U·K·K**  
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

# INFORMACJE OGÓLNE

Cena jest jednym z czynników, który - poza marką oraz indywidualnymi preferencjami konsumentów - ma wpływ na decyzje o zakupie towaru czy usługi. Konsument powinien mieć pełną informację o towarze, w tym również o wysokości jego ceny. Rzetelna informacja o wysokości ceny oraz ceny jednostkowej, a także możliwość porównania cen podobnych produktów to realizacja jednego z podstawowych praw konsumentów - prawa do informacji.

Sprawdzenie przestrzegania przez przedsiębiorców obowiązków w zakresie informowania o cenach towarów i usług oraz sposobu uwidocznienia informacji o cenach<sup>1</sup> to jedno z zadań Inspekcji Handlowej.

Kontrole przeprowadzone w 2021 r. wykazały, że nie wszyscy przedsiębiorcy przestrzegają powyższych obowiązków (u ponad połowy skontrolowanych stwierdzono nieprawidłowości w tym zakresie), a co więcej wśród nich są również tacy, dla których nie było to pierwsze naruszenie. Przedsiębiorcy, w stosunku do których stwierdzono w 2021 r. niejednokrotne<sup>2</sup> łamanie przepisów, to: **Jeronimo Martins Polska S.A., Lidl Sp. z o. o. Sp. k., Delikatesy Centrum Sp. z o. o., Auchan Polska Sp. z o. o., Kaufland Polska Markety Sp. z o. o. Sp. j., Frapo Dystrybucja Sp. z o. o. (POLOmarket), Nasza Tradycja Sp. z o. o. (Intermarche Super), ZPOW Orzech Sp. z o. o.**





# SZCZEGÓŁOWA INFORMACJA Z KONTROLI

**Realizując Plan kontroli na 2021 r., Inspekcja Handlowa skontrolowała 2.835 przedsiębiorców, w tym:**

- 1.683 placówki detaliczne,
- 619 placówek należących do sieci handlowych,
- 215 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- 63 placówki gastronomiczne,
- 46 myjni samochodowych,
- 31 parkingów,
- 30 stacji benzynowych,
- 148 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową
- w zakresie hotelarstwa, a w tym w 137 umożliwiających płatność bonem turystycznym.





Sprawdzono, czy w miejscu sprzedaży detalicznej lub w miejscu świadczenia usług przedsiębiorcy uwidaczniali w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen, ceny towarów (usług) oraz ceny jednostkowe<sup>3</sup>, a także porównywali zgodność uwidocznionych cen z cenami zakodowanymi w kasie, w czytniku oraz informacjami podanymi w materiałach reklamowych.

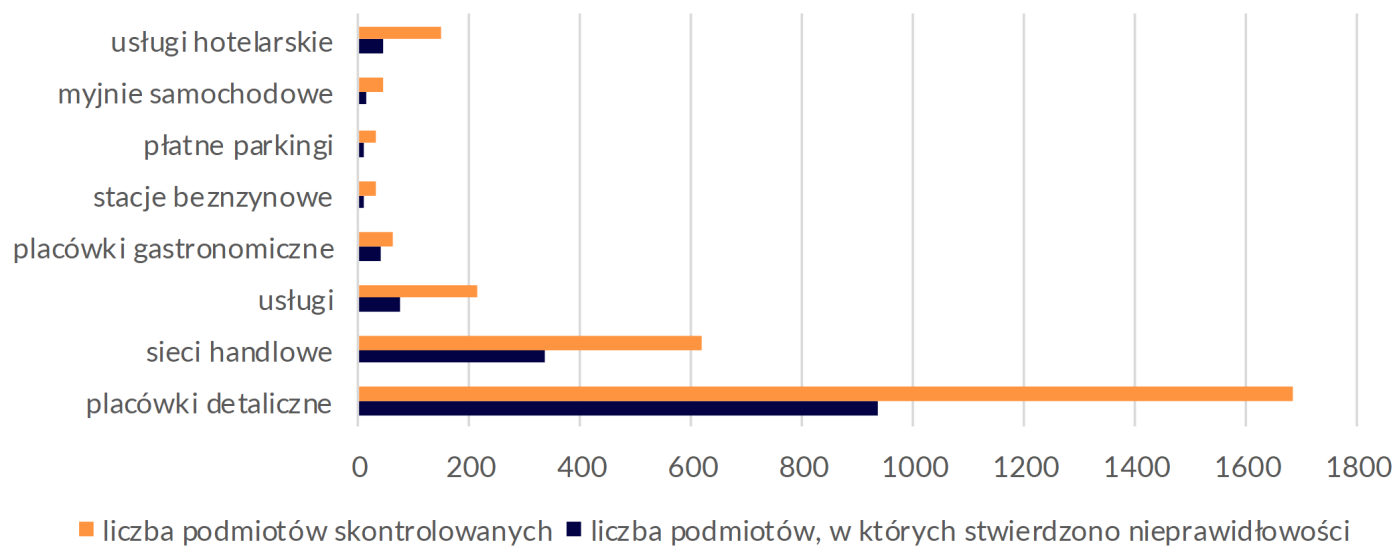
**Nieprawidłowości stwierdzono u 1470 przedsiębiorców (51,9 proc. skontrolowanych<sup>4</sup>),  
w tym:**

- w 936 placówkach detalicznych,
- w 338 placówkach należących do sieci handlowych,
- w 75 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- w 42 placówkach gastronomicznych,
- na 10 stacjach benzynowych,
- w 16 myjniach samochodowych,
- na 8 parkingach,
- 45 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzą działalność w zakresie hotelarstwa.

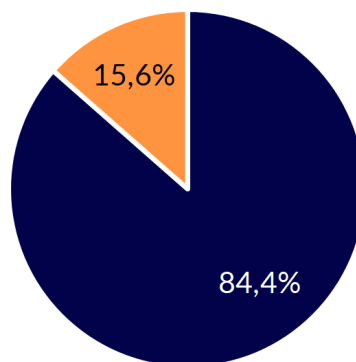
**Sprawdzono 499.114 partii produktów, kwestionując sposób oznakowania ceną 78.131 partii produktów.**



### Liczba podmiotów skontrolowanych i u których stwierdzono nieprawidłowości.



### Liczba partii kwestionowanych i niekwestionowanych z uwagi na sposób oznaczenia ceną.



- liczba partii niekwestionowanych z uwagi na sposób oznaczenia ceną
- liczba partii kwestionowanych z uwagi na sposób oznaczenia ceną

# STWIERDZONE NIEPRAWIDŁOWOŚCI



- w miejscach sprzedaży towarów:
  - » brak cen przy 12.653 partiach wyrobów (2,5 proc. zbadanych),
  - » nieprawidłowe oznaczenia ceną w przypadku 2.696 partii produktów (0,5 proc. skontrolowanych),
  - » brak cen jednostkowych przy 59.785 partiach wyrobów (12 proc. skontrolowanych), a przy 3.720 partiach błędnie wyliczono cenę jednostkową,
- na stacjach benzynowych stwierdzono jedynie nieprawidłowości dot. uwidocznienia cen przy produktach, nie stwierdzono natomiast aby ceny paliw były niewidoczne dla kierowców zbliżających się do stacji benzynowej,
- na parkingach stwierdzono brak cenników dla kierowców pojazdów zbliżających się do parkingu,
- w pokojach hotelowych brakowało katalogów z cenami oferowanych usług,
- w placówkach świadczących różnego rodzaju usługi odnotowano:
  - » brak cennika,
  - » niewłaściwie, budzące wątpliwości zapisy w cennikach, np. brak jednoznacznej ceny za świadczone usługi, np. ceny w przedziałach „od...do...” oraz w dolnej granicy ceny „od...”
- w przypadku lokali gastronomicznych – brak w cenniku informacji o ilości nominalnej oferowanych potraw i napojów.



W 1.726 placówkach sprzedaży detalicznej inspektorzy dokonali **porównania zgodności cen uwidocznionych z cenami zakodowanymi w kasie**. Niezgodności na niekorzyść konsumentów stwierdzono w 84 placówkach (4,9 proc. skontrolowanych placówek). Dodatkowo, w 2.029 placówkach dokonując zakupu kontrolnego przed rozpoczęciem kontroli, sprawdzano rzetelność obsługi konsumentów, tj. czy w przypadku produktów sprzedawanych „na wagę” sprzedawcy odliczają wagę opakowania, czy nie - co prowadziłoby do pobierania wyższej należności. Nieprawidłowości stwierdzono w 95 przypadkach.

#### **Stwierdzone nieprawidłowości dały podstawę do wydania:**

- 1.256 decyzji nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 712.216 zł za naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach,
- 24 decyzji nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 172.950 zł za kolejne<sup>5</sup> naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach, w tym: Jeronimo Martins Polska S.A. (14 decyzji), Lidl Sp. z o. o. Sp. k. (3 decyzje), Delikatesy Centrum Sp. z o. o. (2 decyzje), Auchan Polska Sp. z o. o. , Kaufland Polska Marekty Sp. z o. o. Sp. j., Frapo Dystrybucja Sp. z o. o. (POLOmarket), Nasza Tradycja Sp. z o. o. (Intermarche Super), ZPOW Orzech Sp. z o. o. – po 1 decyzji.



# WAŻNE

## W miejscu sprzedaży detalicznej:

- cena towaru powinna być umieszczona w miejscu ogólnodostępnym i dobrze widocznym dla konsumentów, na towarze, bezpośrednio przy towarze lub w bliskości towaru, którego dotyczy,
- obok ceny powinna znaleźć się cena jednostkowa towaru, czyli cena za jednostkę miary (np. za 1 litr lub kilogram)<sup>6</sup>,
- cenę i cenę jednostkową uwidacznia się m.in. na wywieszce, w cenniku, katalogu, na obwolucie,
- w przypadku towaru sprzedawanego luzem uwidacznia się cenę jednostkową,

**Na stacjach benzynowych**, czy płatnych parkingach ceny powinny być tak umieszczone, by były one czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji/parkingu, poruszających się po drogach publicznych,

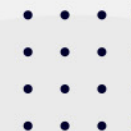
## Pamiętaj!

Wszystkie ww. informacje na kosmetykach oferowanych do sprzedaży na polskim rynku, za wyjątkiem wykazu składników, muszą być podane w języku polskim.

**Listę produktów z nieprawidłowościami znajdziesz w osobnym dokumencie na [uokik.gov.pl](http://uokik.gov.pl)**







### **W przypadku usług:**

- cena uwidoczniona jest w cenniku (ogólnodostępnym i dobrze widocznym),
- a w przypadku świadczenia usług wyłącznie u konsumenta, sprzedawca powinien przedstawić cennik (w formie pisemnej lub elektronicznej) przed wykonaniem usługi,
- obok ceny powinno znaleźć się dokładne określenie rodzaju i zakresu usługi,
- przy uwidacznianiu cen za usługi mogą być podane stawki godzinowe, stawki procentowe, ceny za kilometr i inne stawki przeliczeniowe, które powinny zawierać wszystkie elementy składowe ceny,
- ceny za przejazd do odbiorcy usługi powinny być wycenione niezależnie od wyceny usługi,
- w przypadku, gdy cena za wykonanie usługi nie obejmuje wartości materiałów i towarów niezbędnych do jej realizacji, sprzedawca musi o tym wyraźnie poinformować konsumenta,

**W przypadku działalności gastronomicznej,** ceny oferowanych potraw, wyrobów i innych usług powinny być umieszczone w cenniku, który musi zawierać również **pełne nazwy potraw oraz określenie ich ilości,**

Konsument powinien otrzymać cennik przed złożeniem zamówienia a dodatkowo, **cennik powinien być wywieszony w miejscu ogólnodostępnym wewnątrz lub na zewnątrz lokalu gastronomicznego.**

W przypadku usług **w zakresie hotelarstwa,** cennik zawierający informacje o cenach oferowanych noclegów, ewent. potraw, wyrobów, żywienia i innych usług, czy dodatkowych opłat (np. związanych z korzystaniem z hotelowej linii telefonicznej) powinien być dostępny w każdym pokoju hotelowym.

**W przypadku rozbieżności lub wątpliwości co do ceny za oferowany towar lub usługę konsument ma prawo do żądania sprzedaży towaru lub usługi po cenie dla niego najkorzystniejszej.**

## **Przypisy końcowe**

- 1 Obowiązki wynikają z ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2019 r. poz. 178) a sposób uwidocznienia cen określa rozporządzenie Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług (Dz. U. z 2015 r. poz. 2121).
- 2 Co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy.
- 3 Cena jednostkowa towaru (usługi) to cena ustalona za jednostkę określonego towaru (usługi), którego liczba jest wyrażona w jednostkach miar.
- 4 Wykazano wszystkich przedsiębiorców, również takich u których stwierdzono inne nieprawidłowości nie związane z przepisami dotyczącymi uwidaczniania cen towarów i usług, np. naruszenie przepisów Prawo o miarach czy niedopełnienie obowiązku zgłoszenia zmian do ewidencji działalności gospodarczej.
- 5 Co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy,
- 6 Cen jednostkowych nie stosuje się do: towarów, których cena jednostkowa jest identyczna z ceną sprzedaży, towarów sprzedawanych ze względu na ich przeznaczenie w zestawach (kompletach), towarów nieżywnościowych sprzedawanych ze względu na ich przeznaczenie lub właściwości wyłącznie w parach, produktów leczniczych.