

• • • •  
• • • •  
• • • •

PRAWIDŁOWE INFORMOWANIE O

# CENACH TOWARÓW I USŁUG

WYNIKI KONTROLI  
INSPEKCJI HANDLOWEJ  
W 2020 ROKU

• • • • •  
• • • • •  
• • • • •  
• • • • •



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.

Na podstawie Planu kontroli na 2020 r. Inspekcja Handlowa przeprowadziła w 2020 roku na terenie całego kraju kontrole, których celem było sprawdzenie przestrzegania przez przedsiębiorców obowiązków w zakresie informowania o cenach towarów i usług oraz sposobu uwidocznienia informacji o cenach.

W toku kontroli sprawdzono, czy w miejscu sprzedaży detalicznej lub w miejscu świadczenia usług przedsiębiorcy uwidaczniają w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen, ceny towarów (usług) oraz ceny jednostkowe, a także porównano zgodność uwidocznionych cen z cenami zakodowanymi w kasie, w czytniku oraz informacjami podanymi w materiałach reklamowych.



# INFORMACJE OGÓLNE

Kontrolą objęto łącznie 2.232 przedsiębiorców, w tym:

- 1079 placówek detalicznych,
- 559 placówek należących do sieci handlowych,
- 330 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- 135 placówek gastronomicznych,
- 56 myjni samochodowych,
- 28 stacji benzynowych,
- 25 parkingów,
- 20 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową w zakresie hotelarstwa.

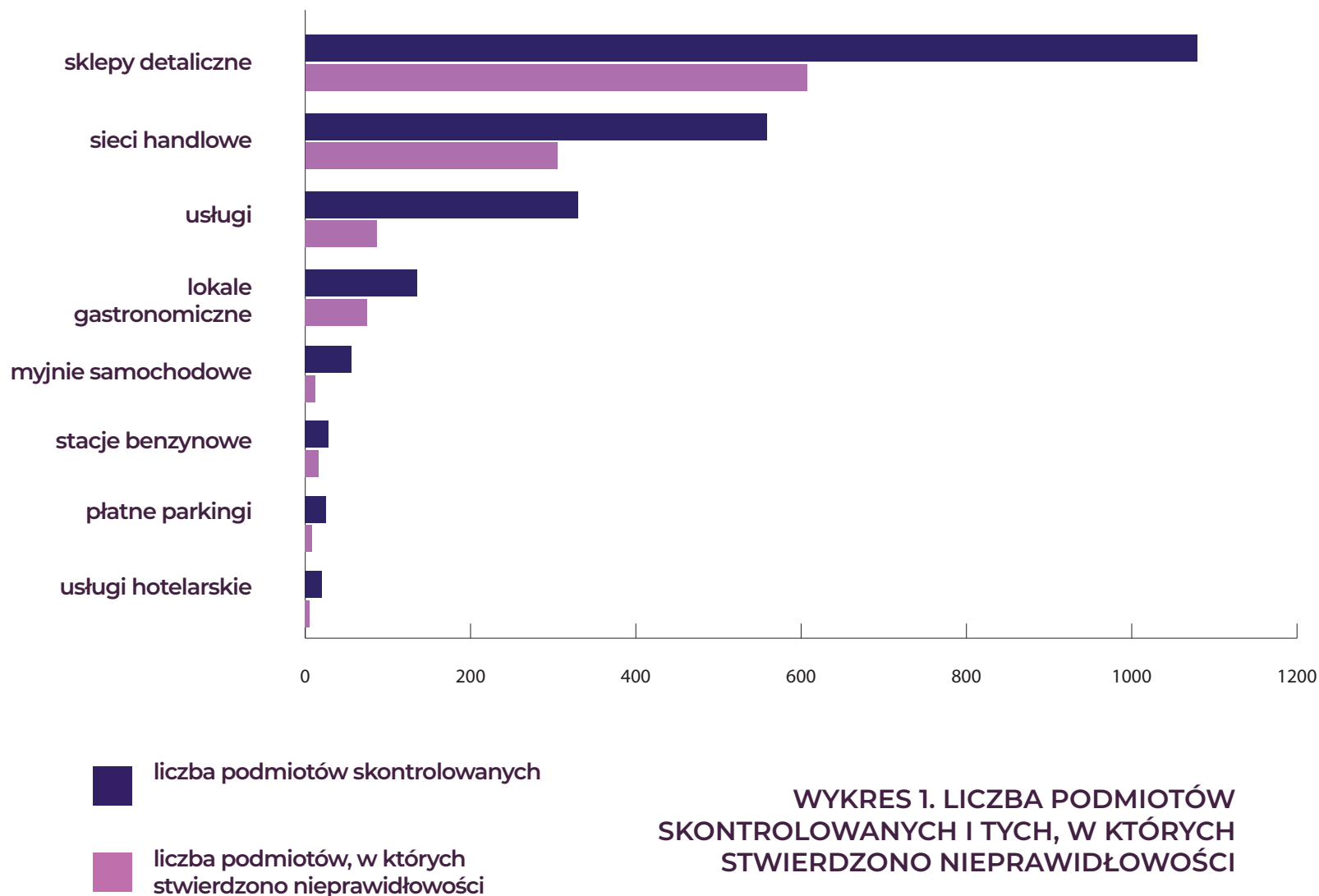
Nieprawidłowości stwierdzono u 1.115 przedsiębiorców (50 proc. skontrolowanych), w tym:

- w 607 placówkach detalicznych,
- w 305 placówkach należących do sieci handlowych,
- w 87 placówkach gastronomicznych,
- w 75 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- w 12 myjniach samochodowych,
- na 16 stacjach benzynowych,
- na 8 parkingach,
- w 5 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową w zakresie hotelarstwa.



# INFORMACJE OGÓLNE

Stosunkowo najwięcej nieprawidłowości stwierdzono na stacjach benzynowych i w sklepach detalicznych a także w lokalach gastronomicznych oraz w sklepach sieci handlowych.

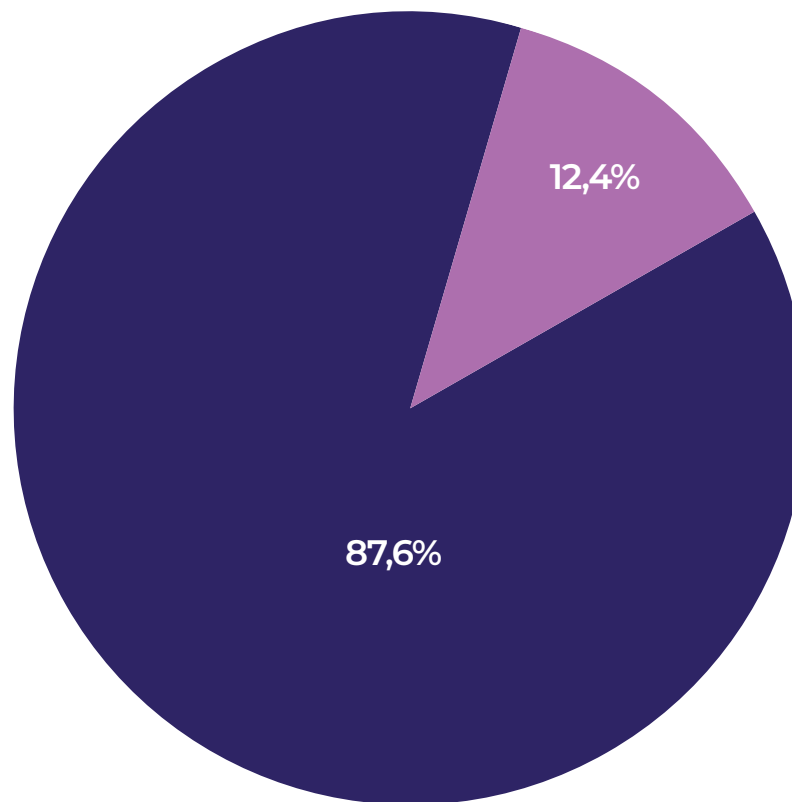




**WYKRES 1. LICZBA PODMIOTÓW  
SKONTROLOWANYCH I TYCH, W KTÓRYCH  
STWIERDZONO NIEPRAWIDŁOŚCI**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej.

## INFORMACJE OGÓLNE

Kontrolą objęto 471.223 partie produktów, kwestionując sposób oznakowania ceną 12,4 proc. skontrolowanych partii produktów (tj. 58.538 partii).



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

### WYKRES 2. SPOSÓB OZNACZENIA CENĄ

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej.

# STWIERDZANE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

## W miejscach sprzedaży towarów:

- brak cen przy 8.710 partiach wyrobów (1,8 proc. zbadanych),
- nieprawidłowe oznaczenia ceną w przypadku 9.563 partii produktów (2 proc. skontrolowanych),
- brak cen jednostkowych przy 44.146 partiach wyrobów (9,4 proc. skontrolowanych), a przy 1.691 partiach błędnie wyliczono cenę jednostkową.

**Na stacjach benzynowych** (poza nieprawidłowościami dot. uwidocznienia cen przy produktach) i parkingach, stwierdzano, że ceny paliw były niewidoczne dla kierowców zbliżających się do stacji benzynowej/parkingu;

## W placówkach świadczących różnego rodzaju usługi:

- brak cennika,
- niewłaściwie, budzące wątpliwości zapisy w cennikach, np. brak jednoznacznej ceny za świadczone usługi, ceny w przedziałach „od...do...” oraz w dolnej granicy ceny „od...” lub stwierdzenia typu: „wycena indywidualna”, bez dokładnego określenia rodzaju i zakresu świadczonych usług, ceny netto, tj. bez stawki podatku VAT;

## W przypadku lokali gastronomicznych:

- brak cenników,
- braku w cenniku informacji o ilości nominalnej oferowanych potraw i napojów;

## W przypadku usług hotelarskich:

- brak cennika oferowanych usług hotelarskich,
- nieprawidłowości w cenniku, tj. podanie cen w sposób budzący wątpliwości co do ich wysokości tj. „od...do”,
- brak w pokoju hotelowym katalogu, zawierającego ceny oferowanych usług.

W 1.224 placówkach sprzedaży detalicznej inspektorzy dokonali porównania zgodności cen uwidocznionych z cenami zakodowanymi w kasie, w czytniku oraz informacjami podanymi w materiałach reklamowych. Niezgodności na niekorzyść konsumentów stwierdzono w 48 placówkach (3,9 proc. skontrolowanych wyrobów).

# STWIERDZANE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Dodatkowo, dokonując zakupu kontrolnego przed rozpoczęciem kontroli, sprawdzano rzetelność obsługi konsumentów, tj. czy w przypadku produktów sprzedawanych „na wagę” (np. ciast) sprzedawcy odliczają wagę opakowania, czy nie - co prowadziłoby do pobierania wyższej należności. Nieprawidłowości stwierdzono w 26 przypadkach.

W toku kontroli odnotowano także nieprawidłowe rejestrowanie danych na paragonach fiskalnych, np. doliczenie towaru, który faktycznie nie został kupiony, brak nazwy produktu pozwalającej zidentyfikować kupiony towar zaewidencjonowanie ilości i cen jednostkowych produktów niezgodnych ze stanem faktycznym.

## Stwierdzone nieprawidłowości dały podstawę do wydania:

- **621 decyzji** nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 491.069 zł za naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach,
- **19 decyzji** nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 328.430 zł za kolejne naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach.



# 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) ;
- 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;

## 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;



# WAŻNE

**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, wyżywienia i innych usług, czy dodatkowych opłatach (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.**

