



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

Warszawa, 16 września 2024 r.

DIH-3.707.97.2024.MB „informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]”

DECYZJA DIH-3.120.2024

Na podstawie art. 138 § 1 pkt 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 poz. 572), art. 1 ust. 3, art. 5 ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej (Dz. U. z 2024 r. poz. 312) oraz art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168), po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w przedmiocie odwołania od decyzji nr 54/2024 Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej z 10 czerwca 2024 r. (nr akt: KHU.8361.267.2023), na mocy której nałożono na przedsiębiorcę KONTIGO spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Komornikach karę pieniężną w wysokości 2 000 zł wobec stwierdzenia w miejscu sprzedaży detalicznej nieprawidłowości polegającej na uwidocznieniu cen w sposób niejednoznaczny oraz budzący wątpliwości dla 10 z 15 ocenianych partii produktów z uwagi na:

- dla 10 partii produktów, podanie komunikatów dotyczących obniżek nieodnoszących się do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, ponieważ dla 5 produktów, ceny sprzedaży były wyższe od najniższych cen z 30 dni przed obniżką, natomiast dla 5 produktów - obie te ceny były sobie równe. Powyższe stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168) o informowaniu o cenach;
- dla 4 partii produktów sprzedawanych wg masy lub objętości, uwidocznienie niewłaściwych wartości liczbowych cen jednostkowych - co stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 ww. ustawy,

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - utrzymuje w mocy zaskarżoną decyzję.

UZASADNIENIE

W dniach 22 - 26 września 2023 r. inspektorzy reprezentujący Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej (dalej: „Świętokrzyski WIIH” lub „organ pierwszej instancji”), działając na podstawie upoważnienia KHU.8361.267.2023 z 22 września 2023 r. przeprowadzili kontrolę w sklepie, należącym do przedsiębiorcy [xx], zwanego dalej: „stroną”, „stroną postępowania” lub „przedsiębiorcą”.

Zgodnie z art. 48 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2024 r., poz. 236) - dalej jako „Prawo przedsiębiorców”, 28 sierpnia 2023 r. skierowano do przedsiębiorcy zawiadomienie o zamiarze wszczęcia kontroli, ze wskazaniem zakresu przedmiotowego kontroli obejmującego kontrolę przestrzegania przepisów ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168) - dalej jako „ustawa o cenach”. Pismo odebrano 1 września 2023 r.

Kontrolą w powyższym zakresie objęto 15 produktów oferowanych w obniżonych cenach, z aktualnej oferty promocyjnej oraz wyprzedaży, sprzedawanych w opakowaniach jednostkowych według objętości lub masy. Obniżka cen została zakomunikowana poprzez oznaczenie produktów czerwonymi etykietami z napisem „SALE” lub pomarańczowymi z napisem „PROMO!”. Wszystkie produkty oznakowane były informacjami o obniżonej cenie, o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką oraz cenie jednostkowej, dodatkowo podana była cena regularna. Zakwestionowano 10 produktów oferowanych w obniżonych cenach z uwagi na uwidocznienie cen w sposób niejednoznaczny i budzący wątpliwości, wprowadzający w błąd, ponieważ komunikaty dotyczące obniżek nie odnosiły się do ceny najniższej z okresu 30 dni poprzedzających obniżkę, tj. dla 5 produktów cena sprzedaży była wyższa niż najniższa cena z okresu 30 dni przed obniżką, a dla 5 produktów obie te ceny były równe. Stanowi to naruszenie art. 4 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy o cenach. Ponadto dla 4 produktów zakwestionowano prawidłowość wyliczenia ceny jednostkowej, co narusza art. 4 ust. 1 ustawy o cenach.

Ustalenia te udokumentowano w protokole kontroli z 26 września 2023 r. (nr akt kontroli: KHHU.8361.267.2023).

W dniu 12 października 2023 r. Świętokrzyski WIIH otrzymał pismo strony, w którym poinformowała, że błędne wyliczenie cen jednostkowych dotyczyło tylko kilku towarów i w jej ocenie, stanowi naruszenie o znikomej wadze, w związku z czym wniosła o odstąpienie od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej i poprzestaniu na pouczeniu na podstawie art. 189f kpa. Wyjaśniła, że nieprawidłowość ta wyniknęła z błędu systemowego i zostało to poprawione, na dowód czego przestała dokumentację fotograficzną. Natomiast co do uwidocznienia cen promocyjnych w sposób niejednoznaczny strona wskazała, że przepisy ustawy o cenach nakładają na przedsiębiorców obowiązki o charakterze informacyjnym, a nie ograniczają możliwości dowolnego kształtowania cen. Podkreśliła, że nie ma przepisu, który zakazywałby obniżania ceny częściej niż raz na 30 dni. Strona wskazała również, że nie można karać przedsiębiorcy za to, że zrealizował literalnie obowiązek wynikający z art. 4 ust. 2 ww. ustawy. Powołała się na Wyjaśnienia Prezesa UOKiK, wskazując na zawartą w nich informację, że obok ceny sprzedaży i najniższej ceny z 30 dni przed obniżką można podać cenę regularną, z zastrzeżeniem, że w przypadku uwidaczniania trzech cen, jeżeli przedsiębiorca chce się posługiwać mierzalnymi wartościami obniżki musi odnieść te wartości do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Strona podkreśliła, że analogiczne komunikaty można odnieść do ceny regularnej, o ile sposób prezentacji cen nie będzie wprowadzał konsumentów w błąd i utrudniał im porównania cen. Zdaniem strony Prezes UOKiK nie rozróżnił swoich wyjaśnień i sposobu interpretacji przepisów, w zależności od tego

czy najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest wyższa czy niższa od obniżonej ceny, zatem zastosowane przez stronę rozwiązanie, w jej ocenie, jest dopuszczalne. Odnosząc się do zapisu na karcie nr 5 protokołu kontroli: „Taki przekaz wywołuje u konsumentów przekonanie o promocji, której w rzeczywistości nie ma w odniesieniu do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką”, strona podkreśliła, że jest to błędne stanowisko organu pierwszej instancji, gdyż prowadzi do wniosku, że nie powinno się w ogóle informować o obniżeniu ceny, bo nie doszło do obniżki. Kontrolowany podkreślił, że Świętokrzyski WIIH bezpodstawnie przyjął, że obniżka ma następować w stosunku do ceny najniższej z 30 dni przed obniżką, a z literalnego brzmienia art. 4 ust. 2 ustawy o cenach wynika, że w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem, obniżki. Zdaniem strony taka interpretacja jest wewnętrznie sprzeczna i nie znajduje uzasadnienia w treści przepisów. Dodatkowo strona wskazała w dalszej części pisma na stwierdzenie Świętokrzyskiego WIIH, że konsument powinien mieć zagwarantowaną łatwą ocenę rzeczywistej wielkości rabatu i szybszych wyborów rynkowych na podstawie informacji dotyczących cen, co zdaniem strony, umożliwiła, gdyż przedstawione przez nią materiały były przejrzyste, a to konsument ma dokonać oceny i podjąć decyzję. Strona podkreśliła, że to do konsumenta należy ocena, czy aktualnie obowiązująca cena promocyjna jest atrakcyjna w odniesieniu do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, a przepisy nie zabraniają wprowadzania obniżonych cen mniej atrakcyjnych niż najniższa cena z 30 dni. Zdaniem strony stosowany przez nią sposób uwidaczniania cen nie budzi wątpliwości i umożliwia porównanie cen. W szczególności pozwala konsumentowi na dojście do wniosku, że wprawdzie cena towaru została obniżona w stosunku do ceny regularnej, jednakże nie jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Konsument mając tą świadomość może bez wątpliwości podjąć decyzję, a także porównać ceny towarów (również w perspektywie 30 dni). Strona podkreśliła dodatkowo, że z protokołu kontroli nie wynikają żadne zastrzeżenia co do czytelności, widoczności i wielkości ani innych cech stosowanej przez nią komunikacji mającej na celu poinformowanie konsumentów o cenach towarów i usług.

W odpowiedzi Świętokrzyski WIIH pismem z 19 października 2023 r. poinformował stronę, że podtrzymuje swoje dotychczasowe stanowisko w sprawie. Ustalony w toku kontroli sposób prezentacji cen 10 zakwestionowanych produktów może wywoływać u konsumentów przekonanie o promocji, której w rzeczywistości nie ma oraz jest niejednoznaczny i wprowadzający w błąd. Świętokrzyski WIIH stoi na stanowisku, że punktem odniesienia dla ogłoszenia promocji powinna być najniższa cena z ostatnich 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. W sytuacji, gdy sprzedawca ogłasza obniżkę ceny, w ramach której cena po obniżce jest wyższa lub równa najniższej cenie z ostatnich 30 dni, to takiego działania nie można nazwać promocją. Świętokrzyski WIIH wskazał przepisy obowiązujące w zakresie uwidaczniania cen produktów oferowanych do sprzedaży po obniżonych cenach oraz zaznaczył, że wobec nieprawidłowości stwierdzonych w toku kontroli zostanie wszczęte postępowanie administracyjne z tytułu naruszenia przepisów ustawy o cenach.

Na podstawie art. 61 § 1 i 4 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2024 r. poz. 572) - dalej jako: „Kpa”, Świętokrzyski WIIH zawiadomieniem z 10 kwietnia 2024 r., poinformował przedsiębiorcę o wszczęciu z urzędu postępowania administracyjnego w sprawie wymierzenia administracyjnej kary pieniężnej w wysokości określonej na zasadach przyjętych w art. 6 ust. 1 i 3 ustawy o cenach, wobec stwierdzenia w miejscu sprzedaży detalicznej uwidocznienia cen dla produktów oferowanych po obniżonych cenach, w sposób niejednoznaczny, budzący wątpliwości oraz wprowadzający w błąd, ze względu na:

- dla 10 partii produktów, podanie komunikatów dotyczących obniżek nieodnoszących się do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, ponieważ dla 5 produktów, ceny sprzedaży były wyższe od najniższych cen z 30 dni przed obniżką, natomiast dla 5 produktów - obie te ceny były sobie równe. Powyższe stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168) o informowaniu o cenach;
- dla 4 partii produktów sprzedawanych wg masy lub objętości, uwidocznienie niewłaściwych wartości liczbowych cen jednostkowych - co stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

Jednocześnie poinformowano na podstawie art. 10 § 1 Kpa, że strona ma możliwość czynnego udziału w każdym stadium w postępowania, a przed wydaniem decyzji istnieje możliwość wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów oraz zgłoszonych żądań. Dodatkowo Świętokrzyski WIIH wezwał stronę do oświadczenia dotyczącego wysokości osiągniętych obrotów i przychodu w ostatnim roku rozliczeniowym.

W odpowiedzi strona w piśmie z 24 kwietnia 2024 r. powtórzyła swoje wcześniejsze argumenty, jak również poinformowała, że aby uniknąć wszelkich wątpliwości dla dobra konsumentów, mając na uwadze najwyższą dbałość o przestrzeganie przepisów, zrezygnowała z informowania klientów o obniżeniu ceny w sytuacji, gdy ceny promocyjne mogłyby być wyższe lub równe najniższym cenom towarów z 30 dni przed obniżką od ceny regularnej.

10 czerwca 2024 r. Świętokrzyski WIIH, na podstawie art. 6 ust. 1 i 3 ustawy o cenach w związku z art. 4 ust. 1 i art. 4 ust. 2 ww. ustawy oraz art. 104 Kpa wydał decyzję nr 54/2024 (nr akt: KHU.8361.267.2023), na mocy której nałożył na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 2 000 zł wobec stwierdzenia w miejscu sprzedaży detalicznej nieprawidłowości polegającej na uwidocznieniu cen w sposób niejednoznaczny oraz budzący wątpliwości dla 10 z 15 ocenianych partii produktów z uwagi na:

- dla 10 partii produktów, podanie komunikatów dotyczących obniżek nieodnoszących się do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, ponieważ dla 5 produktów, ceny sprzedaży były wyższe od najniższych cen z 30 dni przed obniżką, natomiast dla 5 produktów - obie te ceny były sobie równe. Powyższe stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168) o informowaniu o cenach;

- dla 4 partii produktów sprzedawanych wg masy lub objętości, uwidocznienie niewłaściwych wartości liczbowych cen jednostkowych - co stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

9 lipca 2024 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej: „Prezesem UOKiK” albo „organem drugiej instancji”) otrzymał za pośrednictwem Świętokrzyskiego WIIH odwołanie od ww. decyzji, w którym strona zarzuciła błędną wykładnię przepisów art. 4 ustawy o cenach i wniosła o uchylenie decyzji i wniosła o ponowną ocenę przesłanek z art. 189f Kpa i odstąpienie od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej.

Pismem z 16 sierpnia 2024 r. Prezes UOKiK poinformował przedsiębiorcę o toczącym się postępowaniu administracyjnym w sprawie odwołania od decyzji nr 54/2024 Świętokrzyskiego WIIH z 10 czerwca 2024r. oraz o przysługującym mu prawie do zapoznania się z aktami sprawy i wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów. Strona nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił i stwierdził

Istotą postępowania odwoławczego jest ponowne rozpoznanie i rozstrzygnięcie tożsamej przedmiotowo i podmiotowo sprawy administracyjnej w granicach wyznaczonych rozstrzygnięciem decyzji organu pierwszej instancji. W toku postępowania organ odwoławczy dokonuje oceny, czy odwołanie strony jest uzasadnione oraz sprawdza, czy wydana decyzja była prawidłowa.

Zgodnie z art. 5 ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej Prezes UOKiK jest organem wyższego stopnia w stosunku do wojewódzkich inspektorów Inspekcji Handlowej. Wobec powyższego, w myśl art. 127 § 2 Kpa w związku z art. 1 ust. 3 ww. ustawy, Prezes UOKiK jest organem właściwym do rozpatrzenia wniesionego odwołania.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy o cenach, w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług uwidacznia się cenę oraz cenę jednostkową towaru (usługi) w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. Natomiast art. 4 ust. 2 ww. ustawy wskazuje, że w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Niezrealizowanie obowiązków, o których mowa w art. 4 ustawy o cenach powoduje - zgodnie art. 6 ust. 1 ww. ustawy - nałożenie kary pieniężnej w wysokości do 20 000 zł. Przepis ten w sposób niewymagający dodatkowych założeń i wykładni, nakazuje wojewódzkiemu inspektorowi Inspekcji Handlowej wymierzyć karę pieniężną podmiotowi, który nie wykonuje obowiązku określonego w ww. przepisach, choćby naruszenie prawa miało charakter jednostkowy i stwierdzone w toku kontroli nieprawidłowości zostały skorygowane. Dowiedzenie, że podmiot nie wykonał powyższego obowiązku powoduje konieczność

nałożenia kary pieniężnej, która jest karą administracyjną. Jednocześnie w myśl art. 6 ust. 3 tej ustawy, przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej uwzględnia się:

- 1) stopień naruszenia obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1-5, w tym charakter, wagę, skalę i czas trwania naruszenia tych obowiązków;
- 2) dotychczasową działalność przedsiębiorcy, w tym podjęte przez niego działania w celu złagodzenia lub naprawienia szkody poniesionej przez konsumentów, wcześniejsze naruszenia obowiązków, o których mowa w art. 4 ust. 1-5, przez tego przedsiębiorcę oraz uzyskane przez przedsiębiorcę korzyści majątkowe lub straty w związku z naruszeniem tych obowiązków;
- 3) wielkość obrotów i przychodu przedsiębiorcy;
- 4) sankcje nałożone na przedsiębiorcę za to samo naruszenie w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej w sprawach transgranicznych, jeżeli informacje o takich sankcjach są dostępne w ramach mechanizmu ustanowionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylającym rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (Dz. Urz. UE L 345 z 27.12.2017, str. 1, z późn. zm.).

W odwołaniu przedsiębiorca zarzucił naruszenie art. 4 ustawy o cenach poprzez jego błędną wykładnię. Wskazał, że przepisy ustawy o cenach nakładają na przedsiębiorców obowiązki o charakterze informacyjnym i nie ograniczają możliwości dowolnego kształtowania cen. Przywołał obowiązującą w Polsce swobodę działalności gospodarczej i podkreślił, że ceny mogą się zmieniać zgodnie z wolą przedsiębiorcy, a obecnie nie obowiązuje żaden przepis zakazujący zmieniania ceny, w tym jej obniżania (i informowania o tym konsumentów) częściej niż raz na 30 dni. Cytując dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniającą 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. Urz. UE. L Nr 328, str. 7), dalej jako: „dyrektywa Omnibus” oraz art. 4 ust. 2 ustawy o cenach strona wskazuje, że z brzmienia tych przepisów nie sposób wyinterpretować, że najniższa cena towaru z 30 dni może być jedynym punktem odniesienia w przypadku informowania o obniżeniu ceny. Powołała się na Wyjaśnienia Prezesa UOKiK, wskazując na zawartą w nich informację, że obok ceny sprzedaży i najniższej ceny z 30 dni przed obniżką można podać cenę regularną, z zastrzeżeniem, że w przypadku uwidaczniania trzech cen, jeżeli przedsiębiorca chce się posługiwać mierzalnymi wartościami obniżki musi odnieść te wartości do najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Strona podkreśliła, że analogiczne komunikaty można odnieść do ceny regularnej, o ile sposób prezentacji cen nie będzie wprowadzał konsumentów w błąd i utrudniał im porównania cen. Pokreśliła, że Prezes UOKiK nie rozróżnił swoich wyjaśnień i sposobu interpretacji przepisów, w zależności od tego czy najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest wyższa, czy niższa od obniżonej ceny

promocyjnej, tym samym strona uznaje stosowane przez siebie rozwiązania za dopuszczalne. Wskazała również, że nie można karać przedsiębiorcy za to, że zrealizował literalnie obowiązek wynikający z art. 4 ust. 2 ww. ustawy. W ocenie przedsiębiorcy Świętokrzyski WIIH dokonał wyłącznie arbitralnej oceny faktu, jakoby prezentacja ceny wprowadzała w błąd i utrudniała konsumentom porównanie cen, nie przedstawiając na tę okoliczność żadnych dowodów i argumentów. Zdaniem przedsiębiorcy umożliwił on konsumentom łatwą ocenę rzeczywistej wielkości rabatu i szybsze wybory rynkowe, gdyż jego materiały i zawarte w nich informacje były przejrzyste. Planując zakup konsument ma dokonać ich oceny i na tej podstawie podjąć decyzję. Gdyby przyjąć tok rozumowania organu pierwszej instancji, konsument nie musiałby dokonywać żadnej oceny i podejmować decyzji, ponieważ cena obniżona musiałaby być zawsze niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Natomiast z art. 4 ust. 2 wynika wprost jedynie to, że w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny należy również uwidocznić informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. To z kolei umożliwia konsumentowi odniesienie aktualnie obowiązującej ceny promocyjnej do najniższej z 30 dni przed obniżką, tak aby mógł ocenić, czy ta promocja jest dla niego atrakcyjna. Do konsumenta należy ocena, czy ta obniżka jest atrakcyjna i to konsument ma podjąć swoją decyzję w oparciu o dostarczone przez przedsiębiorcę informacje.

Strona podkreśliła, że przepisy dotyczące uwidaczniania cen nie zabraniają wprowadzania obniżonych cen mniej atrakcyjnych niż najniższa cena z 30 dni. Co więcej, nawet uwidoczniona jedynie informacja o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką nie zawsze będzie umożliwiała podjęcie w 100% pewnej decyzji. To, że towar był w danej cenie 30 dni wcześniej, nie znaczy, że obecna cena jest aktualnie mało atrakcyjna. Atrakcyjność ceny należy rozpatrywać również w relacji do cen rynkowych (a nie tylko obowiązujących u danego przedsiębiorcy) i w określonym kontekście ekonomicznym (np. przez pryzmat nadal występującej inflacji czy sezonowości towarów).

Zdaniem przedsiębiorcy zastosowany przez niego sposób uwidaczniania cen nie budzi wątpliwości i umożliwia porównanie cen. W szczególności pozwala też konsumentowi na dojście do zgodnego z prawdą wniosku, że wprawdzie cena towarów została obniżona w stosunku do ceny regularnej, jednakże nie jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką i konsument mając tą świadomość może bez wątpliwości podjąć decyzję, a także porównać ceny towarów (również w perspektywie 30 dni).

W odwołaniu strona nie odnosi się do zarzutu naruszenia art. 4 ust. 1 ustawy o cenach dotyczącego 4 partii produktów sprzedawanych wg masy lub objętości dla których uwidoczniono niewłaściwe wartości liczbowe cen jednostkowych. Strona przede wszystkim stawia zarzut błędnej wykładni art. 4 ustawy o cenach, co w jej ocenie miało wpływ na wynik sprawy.

Odnosząc się do tego Prezes UOKiK zwraca uwagę, że zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o cenach przedsiębiorca uwidacznia cenę oraz cenę jednostkową towaru lub usługi w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. Z kolei art. 4

ust. 2 ww. ustawy w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi, zobowiązuje przedsiębiorcę do uwidocznienia obok informacji o obniżonej cenie również informacji o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Literalna wykładnia powołanych przepisów prowadzi do wniosku, iż faktycznie nie formułują one wprost wymogu, aby cena promocyjna była niższa od najniższej ceny z ostatnich 30 dni poprzedzających obniżkę ceny. Jednakże nie oznacza to, że przepisy te dopuszczają odnosić cenę po obniżce jako cenę obniżoną w stosunku do tzw. ceny regularnej lub bezpośrednio poprzedzającej obniżkę. Prezes UOKiK podkreśla, że interpretując ww. przepisy należy przede wszystkim zwrócić uwagę, że nowelizacja art. 4 ustawy o cenach została wprowadzona na podstawie art. 6 ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw z dnia 1 grudnia 2022 r. (Dz. U. z 2022 r. poz. 2581), co było związane z implementacją postanowień dyrektywy Omnibus w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta. Zgodnie z art. 6a ust. 1 dyrektywy Omnibus w każdym ogłoszeniu o obniżce ceny podaje się wcześniejszą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy przez określony okres przed zastosowaniem obniżki ceny. Z kolei, zgodnie z art. 6 ust. 2 wcześniejsza cena oznacza najniższą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy w okresie, który nie może być krótszy niż 30 dni przed zastosowaniem obniżki ceny. Cel, któremu służyła wprowadzona zmiana został przedstawiony w Zawiadomieniu Komisji - Wytycznych dotyczących wykładni i stosowania art. 6a Dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom z dnia 17 grudnia 2021 r. (Dz. Urz. UE C Nr 526), dalej jako: „Wytyczne Komisji”. Z Wytycznych Komisji wynika, że „Celem tego co najmniej 30-dniowego okresu odniesienia jest uniemożliwienie podmiotom gospodarczym żonglowania cenami i przedstawiania fałszywych obniżek cen, np. podnoszenia ceny na krótki okres, aby następnie ją obniżyć i przedstawić jako (znaczącą) obniżkę ceny, co wprowadza konsumentów w błąd. Wspomniany 30-dniowy okres na ustalenie „wcześniejszej” ceny odniesienia jest zatem gwarancją, iż cena ta jest prawdziwa, a nie stanowi jedynie narzędzia marketingowego, które ma wywołać wrażenie atrakcyjności obniżki.” Można więc uznać, iż cena obowiązująca w okresie wskazanym w art. 6a dyrektywy Omnibus jest punktem odniesienia do ceny po obniżce. Polega to na tym, iż cena obniżona musi być niższa od najniższej ceny z 30 dni poprzedzającego ogłoszenie obniżki. Wyraźnie na to wskazują Wytyczne: „Niezależnie od tego, w jaki sposób obniżka ceny została ogłoszona, wcześniejsza cena będąca punktem wyjścia do kolejnej obniżki ceny nadal musi być najniższą ceną w ciągu ostatnich 30 dni, tj. w tym przypadku początkową ceną wyjściową (...). W związku z tym obniżka ceny musi być przedstawiona z wykorzystaniem podanej „wcześniejszej” ceny jako ceny odniesienia, tj. każda podana obniżka procentowa musi być oparta na „wcześniejszej” cenie ustalonej zgodnie z art. 6a: – na przykład jeżeli ogłoszenie o obniżce ceny brzmi „50 % taniej”, a najniższa cena w ciągu 30 poprzednich dni wynosiła 100 EUR, sprzedawca będzie musiał przedstawić 100 EUR jako „wcześniejszą” cenę, od

której oblicza się 50-procentową obniżkę, pomimo faktu, że ostatnia cena sprzedaży towaru wynosiła 160 EUR.”

Stanowisko zawarte w Wytycznych Komisji powtórzone zostało w Wyjaśnieniach Prezesa UOKiK, na które powołuje się również strona w odwołaniu. Jak wynika z ww. Wyjaśnień: „Od 1 stycznia 2023 r. zmieniły się przepisy ustawy o cenach w związku z implementacją dyrektywy Omnibus. Nowe regulacje mają na celu eliminację fałszywych obniżek, w których przedsiębiorcy tuż przed „promocją” sztucznie zawyżali cenę, aby zaprezentować „atrakcyjność” oferty (najczęściej przy okazji kampanii typu „Black Friday”). Rozwiązaniem tego problemu ma być obliczanie wielkości obniżki względem najniższej ceny z 30 dni przed jej wprowadzeniem.”

Wobec powyższego nie można więc mieć wątpliwości, że cena obniżona powinna być niższa od ceny obowiązującej w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Wskazuje również na to konstrukcja art. 4 ust. 2 ustawy o cenach, który wymaga, aby przedsiębiorca uwidocznił najniższą cenę z ostatnich 30 dni przed wprowadzeniem obniżki oraz cenę obniżoną. Należy przy tym podkreślić, iż wspomniany przepis nie wymaga, aby przedsiębiorca uwidocznił cenę regularną. Takie działanie przedsiębiorcy jest dozwolone, niemniej cena regularna nie ma znaczenia w świetle ustawy o cenach, jeśli chodzi o obliczanie korzyści wynikającej z obniżki cen. Potwierdzają to Wyjaśnienia Prezesa: „Najniższą ceną z 30 dni przed obniżką jest cena, w której przedsiębiorca oferował dany towar lub usługę konsumentom. (...). Względem tej ceny należy liczyć korzyści wynikające z obniżki (np. -20%), jeśli przedsiębiorca o nich informuje. Nieprawidłowe będzie obliczanie wielkości obniżki wyłącznie w odniesieniu do ceny regularnej (ceny obowiązującej w ofercie przedsiębiorcy poza okresami promocji).” W świetle powyższego błędne jest stanowisko strony zaprezentowane w odwołaniu.

Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że aby mówić, że mamy do czynienia z rzeczywistą obniżką ceny, najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki musi być wyższa od ceny produktu po obniżce.

Odnosząc się do zarzutów strony, Prezes UOKiK stwierdza, że w sytuacji, gdy komunikowane jest, że produkt oferowany jest w cenie obniżonej, a w rzeczywistości nowa cena jest tożsama bądź wyższa, od najniższej obowiązującej dla danego towaru w ciągu ostatnich 30 dni przed obniżką, to nie mamy do czynienia z obniżoną ceną produktu lub uwidoczniona najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki nie została wskazana prawidłowo. Biorąc powyższe pod uwagę Prezes UOKiK z całą stanowczością stwierdza, że w sytuacji, gdy komunikowane jest, że produkt oferowany jest w cenie obniżonej, a w rzeczywistości nowa cena jest tożsama bądź wyższa, od najniższej obowiązującej dla danego towaru w ciągu ostatnich 30 dni przed obniżką, to nie mamy do czynienia z obniżoną ceną produktu lub uwidoczniona najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki nie została wskazana prawidłowo. W przedmiotowej sprawie przedsiębiorca sam wskazuje, że obniżył ceny produktów w stosunku do innych cen niż najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Tym samym w przypadku 10 partii produktów, dla których nowa cena była tożsama lub wyższa od najniższej obowiązującej dla danego towaru w ciągu ostatnich 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, należało uznać, że uwidocznienie informacji cenowej sugerowało,

że oferowane są one w cenie obniżonej, a w rzeczywistości konsument dokonywał zakupu produktu w cenie tożsamej lub wyższej z obowiązującą najniższą ceną z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Zarówno w ocenie Świętokrzyskiego WIIH, jak i organu drugiej instancji należy uznać, że ceny zostały uwidocznione w sposób niejednoznaczny i budzący wątpliwości.

W tym miejscu należy podkreślić, że prawidłowe podawanie cen, w tym cen towarów, dla których w jakikolwiek sposób sugerowana jest obniżka ich cen, jest jednym z ważniejszych

czynników mających wpływ na podjęcie decyzji o zakupie towaru przez konsumenta i umożliwi dokonania świadomego i korzystniejszego pod względem ekonomicznym wyboru. Przepisy dotyczące uwidaczniania cen nakładają na przedsiębiorców obowiązek informowania o cenach - a co za tym idzie również o obniżkach - w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. Wymogi te należy stosować nie tylko do treści informacji o najniższej cenie z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, lecz także do jej formy, która ma zapewnić jasność i zrozumiałość, a także umożliwiać łatwe porównanie cen i ocenę korzyści płynących z obniżki.

W przedmiotowej sprawie strona informuje konsumenta o promocji, której w rzeczywistości nie ma, gdyż „cena promocyjna” jest tożsama lub wyższa od ceny jak obowiązywała przez ostatnie 30 dni przed ogłoszeniem promocji. Oczywiście przedsiębiorca może swobodnie kształtować ceny, ale nie może informować o obniżce ceny produktu, i uznawać jako obniżkę odwoływanie się do ceny regularnej, a nie najniższej z 30 dni przed ogłoszeniem obniżki. Obowiązujące przepisy nie zakazują również przedsiębiorcom zmian cen, w tym ich obniżenia (i informowania o tym konsumentów) częściej niż raz na 30 dni. Przedsiębiorca może obniżać cenę produktu w dowolny sposób, nawet kilkakrotnie w ciągu 30 dni, jednakże aby można było mówić o rzeczywistej obniżce za każdym razem kiedy informuje o tym konsumentów zobowiązany jest obok ceny obniżonej uwidocznić rzetelną i zgodną z prawdą informację o najniższej cenie, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki i korzyści wynikające z obniżki wskazać właśnie względem tej ceny.

Strona zakomunikowała obniżkę cen poprzez oznaczenie produktów nią objętych czerwonymi etykietami z napisem „SALE” lub pomarańczowymi z napisem „PROMO!”, w związku z czym zaistniał przypadek „informowania o obniżeniu ceny towaru”, o którym mowa w art. 4 ust. 2 ustawy o cenach. Strona wskazuje w odwołaniu, że obniżyła ceny produktów objętych akcją promocyjną względem ich ceny dotychczasowej, tj. ceny regularnej lub obowiązującej bezpośrednio przed obniżką wcześniejszej ceny promocyjnej, co jak wskazano wyżej jest nieprawidłowe. Jeżeli mamy do czynienia z rzeczywistą obniżką cen prezentowanie korzyści względem ceny regularnej jest dopuszczalne jedynie dodatkowo i w sposób równorzędny jak korzyści naliczanych od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. W przypadku prezentowanie rabatów obliczanych wyłącznie w odniesieniu do cen regularnych lub innych cen poza najniższą ceną z 30 dni przed obniżką nie można mówić o rzeczywistej obniżce cen i jeżeli przedsiębiorca informuje konsumentów o obniżce cen narusza przepisy w zakresie sposobu uwidaczniania cen, ponieważ stosowany przez niego sposób prezentowania informacji cenowych jest niejednoznaczny, budzący wątpliwości oraz uniemożliwiający porównanie cen.

Przedsiębiorca może uwidocznić inne ceny odniesienia przy ogłaszaniu obniżki ceny, pod warunkiem że takie dodatkowe ceny są wyraźnie wyjaśnione, nie wprowadzają w błąd i nie odwracają uwagi konsumenta od najniższej ceny towaru z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Należy przy tym podkreślić, że obniżka ceny musi być przedstawiona z wykorzystaniem najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki jako ceny odniesienia. Zatem jeżeli przedsiębiorca chce podać inną cenę odniesienia np. cenę

regularną, nie jest to zabronione, ale nie zwalnia go z obowiązku odniesienia korzyści cenowej do najniższej ceny towaru z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Zatem przedsiębiorca ma możliwość wskazania ceny regularnej, jednakże musi on przede wszystkim w przypadku ogłoszenia obniżki ceny towaru uwidocznić wszystkie informacje cenowe wynikające z ustawy o cenach, tj. jednoznaczną, niebudzącą wątpliwości i umożliwiającą porównanie cen obniżoną cenę, cenę jednostkową oraz informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

Tym samym Prezes UOKiK zgadza się z Świętokrzyskim WIH, że sposób prezentowania wyłącznie ceny, która jest równa lub wyższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, dlatego, że została odniesiona do innej ceny niż najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki budzi wątpliwości co do istnienia faktycznej obniżki ceny i korzyści płynących z promocji i stanowi naruszenie art. 4 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 2 ustawy o cenach.

Prezes UOKiK podkreśla ponadto, że celem ustawy o cenach jest ochrona konsumenta oraz prawidłowa konkurencja między przedsiębiorcami. Informacja dotycząca ceny służy właściwemu poinformowaniu o niej nabywcy, a także stwarza identyczne warunki dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Przepisy ustawy o cenach są prawem powszechnie obowiązującym i dotyczą każdego przedsiębiorcy świadczącego usługi lub dokonującego sprzedaży detalicznej towarów. Nieznajomość przepisów lub ich niewłaściwa interpretacja nie zwalnia z obowiązku prawidłowego uwidaczniania cen oraz informacji o obniżonej cenie. Strona, w przypadku wprowadzenia obniżki cen zobowiązana była do przekazania konsumentom rzetelnej informacji o cenie, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, ale również jednoznacznej i niebudzącej wątpliwości informacji o obniżonej cenie i w przypadku 10 partii produktów obowiązkom tym uchybiła.

Prezes UOKiK, po przeanalizowaniu sprawy nie widzi podstaw do odstąpienia od wymierzenia kary w ramach instytucji przewidzianej w art. 189f Kpa.

Po przeanalizowaniu niniejszej sprawy Prezes UOKiK nie znalazł podstaw do zastosowania art. 189f § 1 pkt 1 Kpa, tj. odstąpienia od wymierzenia kary pieniężnej i poprzestania na pouczeniu. Przepis ten przewiduje dwa warunki, które muszą zostać spełnione łącznie, aby organ administracji publicznej mógł odstąpić od nałożenia kary pieniężnej. Po pierwsze waga naruszenia musi być znikoma, przez co należy rozumieć, że istotność, znaczenie oraz rozmiar naruszonego obowiązku są niewielkie. Natomiast w trakcie kontroli ustalono, jak również strona sama przyznaje, że obliczyła wielkość obniżki względem ceny regularnej zamiast względem najniższej ceny sprzed 30 dni przed obniżką, a tym samym uwidoczniała ceny w sposób niejednoznaczny i budzący wątpliwości przy 10 rodzajach towarów oferowanych w obniżonych cenach (co stanowiło 66,7% skontrolowanych produktów oferowanych w obniżonych cenach). Ponadto dla 4 z tych produktów nieprawidłowo wyliczono ceny jednostkowe. Nieprawidłowe uwidocznienie cen jednostkowych przy towarach uniemożliwia kupującym porównanie cen towarów z cenami towarów podobnych nie tylko w kontrolowanej placówce, ale również w ofercie innych przedsiębiorców posiadających taki produkt, a przez

to utrudnia kupującym dokonanie optymalnego i właściwego dla nich wyboru towaru, naruszając ich interesy ekonomiczne oraz prawo do rzetelnej informacji o cenie. Organ drugiej instancji, stwierdza również, że naruszenie nałożonych przez przedsiębiorcę obowiązków w sposób bezpośredni godziło w interesy konsumentów i ograniczało dostęp do ważnej dla nich informacji o cenie i cenie jednostkowej wyrobów, zagwarantowanej obowiązującymi przepisami. Podkreślić należy, że cena oraz cena jednostkowa są podstawowym kryterium obiektywnej informacji o wartości towaru wyrażonej w jednostkach pieniężnych, szczególnie w kontekście porównania jej z takimi wartościami innych towarów - podobnych, o odmiennych cechach co do marki, producenta, ilości, wzornictwa, poziomu technicznego, itp. Stąd też wagi naruszenia prawa nie można uznać za znikomą. Natomiast, z całą pewnością należy stwierdzić, że nie dotyczy to sytuacji, w której konsumenci z uwagi na nierzetelny sposób przedstawienia informacji cenowych, tj. niewłaściwe wskazanie obniżki względem ceny regularnej zamiast najniższej ceny sprzed 30 dni przed wprowadzeniem obniżki zostali pozbawieni możliwości ustalenia czy rzeczywiście mają do czynienia z obniżką ceny oraz oceny rzeczywistej wielkości rabatu, a z uwagi na nieprawidłowe uwidocznienie cen jednostkowych zostało naruszone ich prawo do rzetelnej informacji o cenie produktów oferowanych do sprzedaży. Dodatkowo Prezes UOKiK wyjaśnia, że podmioty działające na rynku są zobowiązane do znajomości obowiązujących przepisów prawa i jego respektowania. To na przedsiębiorcy spoczywa m. in. obowiązek dopilnowania, by przy oferowaniu do sprzedaży produktów lub usług konsument za każdym razem otrzymywał wyczerpującą, konkretną, rzetelną informację cenową. Podkreślić należy, iż okoliczność ta całkowicie zależy od przedsiębiorcy. Nadrzędnym celem ustawy o cenach jest bowiem ochrona interesów konsumentów oraz prawidłowa konkurencja między przedsiębiorstwami. Jak już wskazano wcześniej wprowadzenie przepisów dotyczących obniżek cenowych produktów miały na celu eliminację fałszywych obniżek i zagwarantowanie konsumentom łatwej oceny rzeczywistej wielkości rabatu i szybszych wyborów rynkowych na podstawie przejrzystych informacji dotyczących cen, a także stworzenie identyczne warunki dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Obliczanie obniżki względem najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki miało zapobiec sztucznym zawyżaniom cen celem zwiększenia „atrakcyjność” oferty.

Drugim warunkiem uzasadniającym odstąpienie od nałożenia kary pieniężnej jest zaprzestanie naruszania prawa przez stronę. W przedmiotowej sprawie strona podjęła działania, które wyeliminowały nieprawidłowości stwierdzone w toku kontroli, o czym poinformowała w pismach skierowanych do Świętokrzyskiego WIIH tj., poprawiła błędne wyliczone ceny jednostkowe (pismo z 12 października 2023 r.) oraz zrezygnowała z informowania o obniżeniu ceny w sytuacji, gdy ceny promocyjne mogłyby być wyższe lub równe najniższym cenom towarów z 30 dni przed obniżką (pismo z 24 kwietnia 2024 r.). W ocenie organu drugiej instancji przesłanka pierwsza nie została spełniona, natomiast druga przesłanka zaprzestanie naruszenia - została podjęta przez stronę w wyniku kontroli, w związku z powyższym organ stwierdza, iż nie ma podstaw do zastosowania tego przepisu i do odstąpienia od wymierzenia kary na podstawie art. 189f § 1 pkt 1 Kpa.

Nie została spełniona również przesłanka z pkt 2 art. 189f § 1 Kpa, ponieważ nie była wydana przez inny uprawniony organ administracji publicznej prawomocna decyzja nakładająca na stronę za to samo zachowanie administracyjną karę pieniężną, jak również strona nie została prawomocnie ukarana za wykroczenie lub wykroczenie skarbowe, czy też prawomocnie skazana za przestępstwo lub przestępstwo skarbowe, a kara ta spełniałaby cele, dla których miałyby być nałożona administracyjna kara pieniężna. Nadto należy podkreślić, że naruszenia z ustawy o informowaniu o cenach kwalifikowane są jako czyny o charakterze deliktu administracyjnego, który zagrożone są karą pieniężną określoną w art. 6 ustawy o cenach. Postępowania w tym zakresie mogą być prowadzone wyłącznie przez organy Inspekcji Handlowej, zaś z uwagi na właściwość terytorialną, w stosunku do strony mogły być one prowadzone przez Świętokrzyski WIIH. Inny organ nie mógł na terenie podlegającym kognicji Świętokrzyskiego WIIH nałożyć kary pieniężnej za to samo naruszenie, co oznacza, że przepisy art. 189f § 1 pkt 2 kpa nie mają zastosowania w niniejszej sprawie.

Po przeanalizowaniu akt sprawy Prezes UOKiK stwierdził, że w rozpatrywanej sprawie nie zaistniały również okoliczności, o których mowa w art. 189f § 2 Kpa, tj. zastosowanie art. 189f § 2 nie spełnieni celów, dla których miałyby być nałożona administracyjna kara pieniężna określona w art. 6 ust. 1 ustawy o cenach. Okoliczności i waga naruszenia prawa nie budzą wątpliwości, co do istnienia przesłanek faktycznych uzasadniających nałożenie kary pieniężnej. Strona nie dopełniła obowiązków nałożonych na nią w art. 4 ustawy o cenach, bowiem dla 10 produktów o obniżonej cenie uwidoczniała ceny w sposób niejednoznaczny, budzący wątpliwości i uniemożliwiający porównanie cen. Literalna wykładnia ww. przepisu jednoznacznie wskazuje, iż warunkiem zastosowania odstąpienia od wymierzenia kary jest usunięcie naruszenia prawa, przy czym termin ten należy interpretować ściśle, a więc bez rozszerzenia jego znaczenia na przypadki „zaprzestania naruszania prawa”, tych bowiem dotyczy regulacja art. 189f § 1 Kpa (por. Kodeks postępowania administracyjnego. Komentarz. Red. prof. dr hab. Marek Wierzbowski, red. prof. dr hab. Aleksandra Wiktorowska. Rok 2021: „Z uwagi na odmienne brzmienie tych sformułowań na gruncie komentowanego artykułu, należy uznać, że "usunięcie naruszenia prawa" nie jest tożsame z "zaprzestaniem naruszenia". Tym samym, aby usunąć naruszenie prawa nie wystarczy przerwać naruszania przepisów prawa, lecz należy usunąć skutki naruszenia (z oczywistych przyczyn nie jest możliwe wyeliminowanie samego naruszenia, a więc zdarzenia z przeszłości, które już zaistniało”). Charakter naruszeń, jakich dopuściła się strona, wyklucza możliwość usunięcia skutków naruszenia prawa (por. uzasadnienie wyroku WSA w Warszawie z dnia 25.07.2019 r. Sygn. akt VI SA/Wa 991/19: „Warunkiem odstąpienia od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej jest także przywrócenie stanu zgodnego z prawem, naruszonego przez zachowanie stanowiące podstawę odpowiedzialności administracyjnej. Jak słusznie podkreślił organ usunięcie naruszenia prawa nie jest tożsame z zaprzestaniem naruszania. Aby usunąć naruszenie prawa nie wystarczy przerwać naruszania przepisów prawa, lecz należy usunąć skutki naruszenia.”). Ponieważ cena musi być uwidoczniona przez przedsiębiorcę w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości i umożliwiający porównanie cen w momencie oferowania danego produktu lub usługi, tak aby

konsument na tej podstawie mógł podjąć decyzję o zakupie (tj. uwidocznienie cen ma charakter obowiązku przedumownego) zatem w przedmiotowej sprawie brak jest możliwości zastosowania art. 189f § 2 i 3 Kpa.

Podsumowując Prezes UOKiK podkreśla, że niezrealizowanie obowiązków wskazanych w ustawie o cenach zgodnie z jej art. 6 ust. 1, powoduje nałożenie kary pieniężnej w wysokości do 20 000 zł. Przepis ten nakazuje wojewódzkiemu inspektorowi Inspekcji Handlowej wymierzyć karę pieniężną podmiotowi, który nie wykonuje obowiązku określonego w ww. przepisach, choćby naruszenie prawa miało charakter jednostkowy. Dowiedzenie, że podmiot nie wykonał powyższego obowiązku powoduje konieczność nałożenia kary pieniężnej, która jest karą administracyjną.

Cechą charakterystyczną sankcji administracyjnej, a taką jest właśnie kara pieniężna nakładana na podstawie ustawy o cenach, jest jej automatyczne stosowanie wobec podmiotu ponoszącego odpowiedzialność za naruszenie ciężących na nim obowiązków. Samo zatem stwierdzenie - udowodnienie braku informacji w zakresie cen, jak też sprzecznego z ustawą sposobu ich uwidocznienia - jest wystarczającą przesłanką do nałożenia kary pieniężnej. Powyższa ustawa nie przewiduje przy tym możliwości badania przez organy Inspekcji istnienia winy, bądź jej braku po stronie podmiotu, u którego ujawniono nieprawidłowości. Zatem samo stwierdzenie w wyniku kontroli, że podmiot nie zrealizował ciężącego na nim obowiązku ustawowego powoduje konieczność nałożenia kary pieniężnej, która jest karą administracyjną.

Kara pieniężna powinna także odpowiadać wymogom wskazanym przez prawodawcę unijnego, który w art. 8 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE z dnia 16 lutego 1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (Dz. U. L z 1998 r. Nr 80) nakazuje, że musi być ona skuteczna, proporcjonalna i odstrasżająca (porównaj w tym zakresie wyrok NSA z 23 maja 2012 r., II GSK 684/11, czy wyrok NSA z 19 grudnia 2012 r., II GSK 1823/11). Skuteczność kary przejawia się w możliwości jej nałożenia i wyegzekwowania. Żeby kara była odstrasżająca, jej wysokość powinna być dotkliwa dla przedsiębiorcy. Kara nałożona na podmiot musi także spełniać funkcję prewencyjną oraz dyscyplinująco-represyjną, tj. być ostrzeżeniem dla przedsiębiorcy, mającym na celu niedopuszczenie do powstania nieprawidłowości w przyszłości. Wymierzona kara powinna być przy tym proporcjonalna, to jest właściwa do osiągnięcia zakładanego celu, jakim jest zapewnienie, aby w obrocie dostępne były tylko towary opatrzone odpowiednimi informacjami cenowymi, jak również kara powinna być możliwie najmniej uciążliwa.

Art. 6 ustawy o cenach statuuje odpowiedzialność administracyjną podmiotów, wobec których stwierdzono naruszenie wymagań określonych w art. 4 ww. ustawy. Regulacja ta ma na celu wyeliminowanie nieprawidłowości w informowaniu konsumentów o cenach towarów i usług. Odpowiedzialność wynikająca z ww. przepisu ma charakter obiektywny i powstaje z chwilą popełnienia naruszenia. Obiektywny charakter odpowiedzialności administracyjnej opiera się na zasadzie ryzyka (por. wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z 8 października 2010 r., sygn. II OSK 1079/12). Oznacza to, że przesłanką tej odpowiedzialności

jest stwierdzenie nieprzestrzegania przez określony podmiot nałożonych prawem obowiązków. Wobec powyższego, organ po stwierdzeniu faktu naruszenia obowiązku, o którym mowa w art. 4 ustawy o cenach, może jedynie wydać decyzję administracyjną, na podstawie której nakłada karę pieniężną w przewidzianej w tej ustawie wysokości. Mając więc na uwadze charakter odpowiedzialności administracyjnej, bez znaczenia pozostają przyczyny powstania nieprawidłowości oraz okoliczności podniesione przez przedsiębiorcę, gdyż karę wymierza się za samo naruszenie prawa.

Po przeprowadzonym postępowaniu administracyjnym, Prezes UOKiK uznaje, iż Świętokrzyski WIIH wydał decyzję zgodną z obowiązującym stanem prawnym przy uwzględnieniu ustawowych wytycznych wymiaru sankcji wskazanych w art. 6 ust. 3 ustawy o cenach oraz wspomnianych wymogów ujętych w celach regulacji. Nałożona kara pieniężna w wysokości 2 000 zł, nie została wymierzona w maksymalnej wysokości, lecz w kwocie stanowiącej 10% maksymalnej kwoty, tj. 20 000 zł przewidzianej ustawowo. Wymierzona kara spełni jednak w sposób właściwy funkcje dyscyplinujące i represyjne, a także prewencyjne tak aby nie dochodziło do naruszania prawa w przyszłości i jest adekwatnym środkiem reakcji administracyjno-prawnej na ujawnione naruszenie prawa.

Biorąc powyższe pod uwagę wniosek strony o odstąpienie od nałożenia administracyjnej kary pieniężnej jest niezasadny.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 i 3 ustawy o informowaniu o cenach, karę pieniężną, o której mowa w sentencji decyzji, stanowiącą dochód budżetu państwa, należy wpłacić na rachunek bankowy Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej w Kielcach w terminie 7 dni od dnia, w którym decyzja o wymierzeniu kary stanie się ostateczna.

Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu Ochrony i Konkurencji i Konsumentów orzekł jak w sentencji.

Niniejsza decyzja jest ostateczna w trybie postępowania administracyjnego.

Pouczenie:

1. Decyzja jest ostateczna w toku instancji. W terminie 30 dni od jej doręczenia stronie przysługuje skarga do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie. Skargę należy wnieść za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa.
2. Od skarg wszczynających postępowanie przed sądem administracyjnym od strony skarżącej pobierana jest opłata, tzw. wpis stosunkowy, zależny od wysokości należności pieniężnej objętej zaskarżonym aktem i wynosi:
 - 1) do 10.000 zł - 4 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 100 zł;
 - 2) ponad 10.000 zł do 50.000 zł - 3 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 400 zł;
 - 3) ponad 50.000 zł do 100.000 zł - 2 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż 1.500 zł;
 - 4) ponad 100.000 zł - 1 % wartości przedmiotu zaskarżenia, nie mniej jednak niż

2.000 zł i nie więcej niż 100.000 zł

3. W przypadku wniesienia od niniejszej decyzji skargi do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie, strona ma możliwość ubiegania się o przyznanie prawa pomocy. Prawo pomocy może być przyznane stronie na wniosek złożony przed wszczęciem postępowania lub w toku postępowania sądowoadministracyjnego. Wniosek ten jest wolny od opłat sądowych. Wniosek o przyznanie prawa pomocy należy złożyć do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie.

Podstawa prawna pouczenia:

Art. 52 § 1, art. 53 § 1, art. 54 § 1, art. 230, art. 243 § 1, art. 244 § 1 ustawy z dnia 30 sierpnia 2002 r. Prawo o postępowaniu przed sądami administracyjnymi (Dz.U. z 2023 r. poz. 1634 z późn. zm.); § 1 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 16 grudnia 2003 r. w sprawie wysokości oraz szczegółowych zasad pobierania wpisu w postępowaniu przed sądami administracyjnymi (Dz.U. z 2021 r. poz. 535), art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz. U. z 2023 r. poz. 168).

z up. Prezesa

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Anna Janiszewska

Zastępca Dyrektora

Departamentu Inspekcji Handlowej

/podpisano elektronicznie/