



Minister Finansów i Gospodarki

Znak pisma: DMP-VII.054.8.2025
Warszawa, 16 stycznia 2026 r.

Pan Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przekazuję odpowiedź na interpelację nr 14204 Pani Poseł Małgorzaty Niemczyk w sprawie nieuczciwych praktyk promocyjnych polegających na wprowadzającym w błąd oznaczaniu cen produktów w sklepach detalicznych. Odpowiedź została przygotowana we współpracy z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), który jest centralnym organem administracji rządowej odpowiedzialnym za kształtowanie oraz realizację polityki ochrony konkurencji i konsumentów w Polsce.

Poruszony przez Panią Poseł problem dotyczący potrzeby zapewnienia przejrzystości zasad komunikowania promocji cenowych znajduje potwierdzenie w wynikach zleconego przez Prezesa UOKiK badania socjologicznego dotyczącego wpływu promocji na zachowania konsumentów¹.

Z ww. badania wynika, że aż 82 proc. respondentów w wyborze sklepu internetowego sugeruje się promocjami i rabatami. Mają one istotny wpływ na cały proces decyzyjny konsumentów, począwszy od momentu zetknięcia się z reklamą, poprzez skupienie uwagi na określonych produktach w sklepie, aż po finalny wybór i zakup.

Konsumentom najłatwiej jest zrozumieć promocje, które są przedstawione w prosty i jednoznaczny sposób, z jednym punktem odniesienia. Dodanie dodatkowych informacji komplikuje odbiór i może prowadzić do błędnych ocen oszczędności. Transparentność i klarowność przekazu są kluczowe dla skutecznej komunikacji promocyjnej. Respondenci wskazywali na potrzebę jasnych i jednoznacznych informacji o promocjach.

Większość respondentów (74 proc.) przyznała, że doświadczyła trudności w zrozumieniu, ile ostatecznie zapłaci za produkt będący w promocji. Najczęściej wskazywaną spontanicznie przyczyną jest brak zrozumienia warunków prezentowanej promocji („skomplikowane warunki”, „zagalimatowane promocje”). Wiele przypadków niezrozumienia warunków promocji dotyczy promocji związanych z zakupem więcej niż 1 sztuki produktów.

Prezes UOKiK jako centralny organ administracji rządowej odpowiedzialny za kształtowanie oraz realizację polityki ochrony konkurencji i konsumentów w Polsce podejmuje działania w celu zapewnienia prawidłowego sposobu prezentowania obniżek cen. W odpowiedzi na wnioski przedsiębiorców oraz związków przedsiębiorców kierowane do Prezesa UOKiK, w 2023 roku UOKiK opublikował na swojej stronie

¹ Zob. <https://uokik.gov.pl/promocja-to-tylko-zacheta-czy-tez-manipulacja-wnioski-z-badania-konsumentow>

internetowej dokument pn. „Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK”². Dokument ten wyjaśnia najistotniejsze, skierowane do Urzędu wątpliwości dotyczące wykładni ww. regulacji. Głównym celem opracowania jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów oraz jednolitość praktyk stosowanych przez przedsiębiorców na polskim rynku. Wyjaśnienia te są wykorzystywane zarówno przez samych przedsiębiorców, jak i przez właściwe organy przy ocenie praktyk przedsiębiorców.

Przepisy przewidują dwutorowy mechanizm weryfikacji prawidłowego przedstawiania cen na obniżkach. Z jednej strony nieprawidłowości mogą być uznane przez Prezesa UOKiK za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, z drugiej strony kompetencje w zakresie weryfikacji sposobu informowania o cenach posiada Inspekcja Handlowa, która może prowadzić w tym zakresie kontrole.

Od 2023 r. Prezes Urzędu, weryfikując sposób prezentacji cen na obniżkach, podjął następujące działania:

- wystosował łącznie ponad 70 wystąpień trybie art. 49a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- wszczął 22 postępowania wyjaśniające, z czego 11 pozostaje w toku;
- wszczął 8 postępowań w sprawie stosowania przez przedsiębiorców praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zarzuty postawiono spółkom – Zalando SE z siedzibą w Berlinie (serwis Zalando), Media Saturn Online Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (serwis MediaMarkt), Sephora Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (serwis Sephora), Glovoapp23 SA z siedzibą w Barcelonie (serwis Glovo), Shell Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, AzaGroup S.A. z siedzibą w Warszawie (serwisy Renee i Born2Be), Whaleco Technology Limited z siedzibą w Dublinie (serwis Temu), Jeronimo Martins Polska S.A. z siedzibą w Kostrzynie (zarzuty postawiono również osobom zarządzającym);
- wszczął jedno postępowanie w sprawie nałożenia kary za nieudzielenie informacji w toku prowadzonego postępowania wyjaśniającego (Beliani GmbH).

Znaczna część przedsiębiorców objętych działaniami zmieniła sposób prezentowania rabatów. W dalszym ciągu można dostrzec jednak nieprawidłowości związane z niewłaściwym wykonaniem obowiązków transparentnego przedstawiania obniżonych cen. W związku z tym nie można wykluczyć objęcia postępowaniami w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów kolejnych przedsiębiorców.

Działania dotyczące nieprawidłowego informowania o cenach podejmowane były także przez Inspekcję Handlową. Z sieci handlowych kontrolą objęto m.in.: Lidl, Biedronka, Żabka, Aldi, Dealz, Kaufland, sklepy „SPOŁEM”, Sinsey, Dino, Topaz, Douglas, Lewiatan, Carrefour, RTV Euro AGD, Shell, Tiger, Auchan, Netto, Kappahl, H&M, Zara, Reserved, BRW, Agata.

W 2023 roku podległa Prezesowi UOKiK Inspekcja Handlowa:

- przeprowadziła 3865 kontroli, w tym znaczną większość tj. 860 kontroli przeprowadzono w sieciach handlowych³.
- w przypadku 488 skontrolowanych placówek stwierdzono nieprawidłowości dotyczące uwidaczniania cen produktów objętych promocją.

² Zob. „Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK”, https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551

³ Poza tym kontrole podejmowano w mniejszych placówkach detalicznych, stacjach paliw i lokalach usługowych.

- skontrolowano 11500 partii produktów objętych promocją, kwestionując 5191 z nich.
- wydano łącznie 933 decyzje, w których stwierdzono naruszenie ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług (w tym m.in. decyzje dotyczące błędnego informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką) na łączną kwotę 1 133 917 zł.

W 2024 roku Inspekcja Handlowa:

- przeprowadziła 3906 kontroli, w tym znaczna większość kontroli była przeprowadzona w mniejszych placówkach detalicznych, tj. nienależących do sieci handlowych.
- w przypadku 318 skontrolowanych placówek stwierdzono nieprawidłowości dotyczące uwidaczniania cen produktów objętych promocją.
- skontrolowano 7176 partii produktów objętych promocją, kwestionując 2977 z nich.
- wydano łącznie 1079 decyzje, w których stwierdzono naruszenie ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług (w tym m.in. decyzje dotyczące błędnego informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką) na łączną kwotę 1 372 900 zł.

W pierwszym półroczu 2025 Inspekcja Handlowa:

- przeprowadziła 1217 kontroli, w tym znaczna większość kontroli była przeprowadzona w mniejszych placówkach detalicznych, tj. nienależących do sieci handlowych.
- w przypadku 599 skontrolowanych placówek stwierdzono nieprawidłowości dotyczące uwidaczniania cen produktów objętych promocją.
- skontrolowano 1651 partii produktów objętych promocją, kwestionując 694 z nich.
- wydano łącznie 173 decyzje, w których stwierdzono naruszenie ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług (w tym m.in. decyzje dotyczące błędnego informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką) na łączną kwotę 225 600 zł.

Podejmując działania, Prezes UOKiK uwzględnia również sygnały konsumentów, w szczególności w kontekście informacji przekazywanych konsumentom oraz stosowanych materiałów marketingowych dotyczących uwidaczniania cen produktów oferowanych konsumentom. W powyższym zakresie, w okresie ostatnich 2 lat, Urząd zidentyfikował ponad 400 sygnałów konsumentów wskazujących na problemy dotyczące informowania o cenach na obniżkach. Sygnały dotyczą różnych przedsiębiorców. Najczęściej konsumenci skarżą się na:

- brak informacji o najniższej cenie produktu z 30 dni przed obniżką,
- nieprawdziwą informację o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką (np. błędna kwota).

Informacje przekazywane przez konsumentów są wykorzystywane w prowadzonych postępowaniach.

Ponadto informuję, że na podstawie delegacji ustawowej zawartej w art. 4 ust. 6 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 168) Minister Rozwoju i Technologii, po zasięgnięciu opinii Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał rozporządzenie z dnia 19 grudnia 2022 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług (Dz. U. z 2022 r. poz. 2776), w którym określił:

- 1) sposób uwidaczniania cen towarów i usług, w tym cen jednostkowych towarów lub usług, oraz informacji o obniżonej cenie;

- 2) wykaz towarów, w przypadku których nie jest wymagane uwidocznienie ceny jednostkowej towarów i usług.

Minister Rozwoju i Technologii prowadzi analizy dot. potrzeby podjęcia działań legislacyjnych w zakresie problemu przedstawionego w interpelacji. W tym kontekście ważna jest dokonanie najpierw oceny skuteczności podejmowanych działań pozalegislacyjnych (np. konsekwentne prowadzenie kontroli).

Z upoważnienia, z wyrazami szacunku

Michał Jaros

Sekretarz Stanu

/ kwalifikowany podpis elektroniczny /

w Ministerstwie Rozwoju i Technologii