



Minister Finansów i Gospodarki

Znak pisma: DMP-VII.054.1.2026
Warszawa, 27 sierpnia 2026 r.

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu RP

Dotyczy: interpelacji nr 18870 w sprawie manipulacji cenami przy promocjach wielosztukowych oraz potrzeby zmian przepisów dotyczących prezentowania cen

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przekazuję odpowiedź na interpelację nr 18870 Pana Posła Michała Wosia w sprawie stosowania cen przy promocjach wielosztukowych oraz potrzeby zmian przepisów dotyczących prezentowania tych cen. Odpowiedź została przygotowana we współpracy z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów („Prezes UOKiK”), który jest centralnym organem administracji rządowej odpowiedzialnym za kształtowanie oraz realizację polityki ochrony konkurencji i konsumentów w Polsce.

Prezes UOKiK monitoruje praktyki przedsiębiorców dotyczące wskazywania cen towarów, w tym ceny jednostkowej w wypadku sprzedaży tzw. wielosztuk. Analizowane są zarówno praktyki sieci wielkopowierzchniowych, jak i mniejszych podmiotów, a także prezentowanie cen w Internecie. Z punktu widzenia Prezesa UOKiK informacja o cenie, w tym o cenie pojedynczej sztuki produktu, musi być przede wszystkim jednoznaczna i nie wzbudzać wątpliwości konsumentów – co wynika wprost z obowiązujących regulacji prawnych.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2023 r. poz. 168), ceny powinny być uwidaczniane w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający ich porównanie. Z kolei ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845) pozwala na ocenę czy sposób prezentacji cen nie wprowadza konsumentów w błąd.

Na podstawie delegacji ustawowej zawartej w art. 4 ust. 6 ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, Minister Rozwoju i Technologii, po zasięgnięciu opinii Prezesa UOKiK, 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.

Zgodnie z treścią ww. rozporządzenia - cenę, cenę jednostkową lub informację o obniżonej cenie uwidacznia się na danym towarze, bezpośrednio przy towarze lub w bliskości towaru, którego dotyczy cena, cena jednostkowa lub informacja o obniżonej cenie, w miejscu ogólnodostępnym i dobrze widocznym dla konsumentów. Obowiązek ten

może być realizowany np. poprzez informację na wywieszce, w cenniku, w katalogu, na obwolucie, czy w postaci nadruku lub napisu na towarze lub opakowaniu.

Wymogu dotyczącego uwidaczniania cen jednostkowych towarów lub usług 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.

Ww. przepisy nie wskazują, jakiej wielkości czcionką należy uwidaczniać ceny, jednak pozwalają na podjęcie działań, jeśli sposób ich prezentowania (w tym dysproporcja użytych czcionek) budzi wątpliwości konsumentów lub w inny sposób wprowadza ich w błąd.

W ostatnich latach Prezes UOKiK podjął szereg działań na rzecz zwiększenia transparentności prezentowania cen – zarówno działań o charakterze „miękkim” (wystąpienia na podstawie art. 49a Ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów- t.j. Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), umożliwiających przedsiębiorcom zmianę praktyki, jak i postępowań wyjaśniających, a także postępowań ws. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów¹.

Również Inspekcja Handlowa sprawdza przestrzeganie przez przedsiębiorców przepisów dotyczących uwidaczniania cen zarówno w ramach kontroli planowych ujętych w Planie kontroli na dany rok, jak i jako kontrole pozaplanowe, tj. w związku z sygnałami pochodzącymi od konsumentów oraz na zlecenie Prezesa UOKiK lub wojewody. W latach 2023–2025 przeprowadzono ogółem 12.405 kontroli w zakresie prawidłowości uwidaczniania cen (w tym również w zakresie uwidaczniania cen produktów w ramach obniżek). Nieprawidłowości stwierdzono w 5579 placówkach. Kontrole w tym zakresie są również kontynuowane w 2026 r.²

W odniesieniu do promocji wymagających zakupu więcej niż jednego produktu w celu uzyskania niższej ceny, Prezes UOKiK wszczął szereg postępowań wyjaśniających, na podstawie art. 48 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, aby zbadać, czy w związku z przekazywaniem konsumentom informacji o cenach produktów oferowanych w promocji (tzw. „wielopaki”), nastąpiło naruszenie przepisów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

Takie postępowania zostały wszczęte m.in. wobec: Kaufland Polska Markety spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.j., Carrefour Polska sp. z o.o., Auchan Polska sp. z o.o., Netto Sp. z o.o., Aldi Sp. z o.o., Żabka Polska Sp. z o.o.

W przypadku Jeronimo Martins Polska S.A. ustalenia z postępowania wyjaśniającego doprowadziły do wszczęcia postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w zakresie wskazywania cen towarów na etykietach cenowych, w tym cen jednostkowych w ramach tzw. promocji wielosztukowych.

Prezes UOKiK postawił temu przedsiębiorcy m.in. zarzut stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na niezamieszczaniu

¹ W związku z nieprawidłowym prezentowaniem cen na obniżkach wydano decyzje wobec przedsiębiorców prowadzących platformy Zalando i Temu, por. <https://uokik.gov.pl/obnizka-jaka-jest-kazdy-widzi-niekoniecznie-najnizsza-cena-z-30-dni-przed-obnizka-kary-dla-zalando-i-temu>.

² Por. <https://uokik.gov.pl/ceny-widmo-kontrole-inspekcji-handlowej>.

na etykiecie cenowej przy produkcie w sklepach stacjonarnych Biedronka – w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości i umożliwiający porównanie cen – ceny za jedną sztukę produktu, w sytuacji w której jednocześnie uwidoczniono na ww. etykiecie cenowej dużą czcionką cenę tego oferowanego produktu wskazaną w warunkach promocyjnych, w ramach których konieczne jest zakupienie więcej niż jednego produktu (tzw. wielosztuki)³. W przypadku potwierdzenia się ww. zarzutu przedsiębiorcy grozi kara do 10% obrotu.

Należy nadmienić również, że Prezes UOKiK wydał wytyczne co do sposobu prezentowania cen na obniżkach – tj. „Wyjaśnienia Prezesa UOKiK - Informacja o obniżce ceny” („Wyjaśnienia”)⁴, opublikowane w maju 2023 roku, w których porusza również kwestię wskazywania cen na promocjach wymagających zakupu więcej niż jednej sztuki towaru (sprzedaż wiązana - rozdział III, pkt 7 str. 19). Wyjaśnienia wskazują, kiedy tego typu promocje należy traktować jak obniżkę, a co za tym idzie podać najniższą cenę z 30 dni przed obniżką. W szczególności przy promocjach typu: „kup 2 produkty A, produkt B 50% taniej”, „kup 3 takie same produkty, zapłacisz 10 zł za sztukę” [cena obniżona w stosunku do podanej ceny regularnej], przedsiębiorca podaje informację o obniżeniu ceny konkretnego towaru – a zatem zachodzi konieczność wskazania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.

W Wyjaśnieniach podkreśla się, że na wywieszce nie powinny być prezentowane więcej niż dwie lub trzy ceny (oraz – w przypadkach wymaganych przez prawo - ceny jednostkowe). Każda dodatkowa pozycja zmniejsza bowiem czytelność tekstu i zwiększa możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd (rozdział VI, pkt 1 str. 32).

W najbliższym czasie Prezes UOKiK nie planuje publikacji kolejnych wytycznych w tym zakresie.

W UOKiK i MRiT nie są też prowadzone obecnie prace mające na celu zmianę przepisów dotyczących sposobu prezentacji cen.

Podkreślenia wymaga, że to do UOKiK - jako urzędu obsługującego organ posiadający kompetencje w obszarze realizacji polityki ochrony praw konsumentów (w tym w zakresie zwalczania praktyk, które godzą w zbiorowe interesy konsumentów) - kierowane są postulaty oraz skargi dotyczące realizacji przez przedsiębiorców obowiązków wynikających z ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, w tym odnoszących się do sposobu prezentowania cen. Stąd też kluczowe dla podjęcia przez MRiT decyzji o ewentualnej nowelizacji rozporządzenia w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług jest stanowisko Prezesa UOKiK. W sprawie będącej przedmiotem interpelacji w ocenie UOKiK obecne przepisy prawa pozwalają na podejmowanie działań w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów.

Z upoważnienia, z wyrazami szacunku

Michał Jaros

Sekretarz Stanu

/ kwalifikowany podpis elektroniczny /

w Ministerstwie Rozwoju i Technologii

³Więcej: <https://uokik.gov.pl/ceny-promocyjne-biedronki-z-zarzutami-prezesa-uokik>.

⁴ <https://uokik.gov.pl/bip/wyjasnienia>