W BLACK FRIDAY JASNE CENY

* **Od początku roku przedsiębiorcy, którzy informują o obniżce ceny towaru lub usługi, mają obowiązek podawać najniższą cenę z 30 dni przed obniżką.**
* **To szczególnie ważne w kontekście zbliżających się największych świąt sprzedażowych – Black Friday i Cyber Monday.**
* **Teraz konsumenci rzeczywiście zobaczą, czy każda promocja to okazja do zakupu w atrakcyjnej cenie.**

**Tegoroczny Black Friday przypada 24 listopada, ale przedsiębiorcy już od dłuższego czasu reklamują różnego rodzaju promocje w ramach Black Month czy Black Weeks. Po Czarnym Piątku możemy się spodziewać wyprzedaży z okazji Cyber Monday, a następnie rozpocznie się sezon promocji przedświątecznych. 2023 rok przyniósł zmiany, które diametralnie wpłynęły na sposób prezentowania okazji cenowych. Dyrektywa Omnibus wprowadziła obowiązek podawania najniższej ceny towarów lub usług z 30 dni przed obniżką. Dla konsumentów to informacja o tym, czy rzeczywiście zakup jest tak atrakcyjny, jak głosi reklama.**

***– Przed wprowadzeniem nowych regulacji konsumenci nie mieli realnego narzędzia, punktu odniesienia, dzięki któremu mogliby zweryfikować hasła marketingowe obiecujące wyjątkowe okazje. Po zmianie prawa wystarczy, że zapoznają się z najniższą ceną z 30 dni przed obniżką, która musi być widoczna przy towarze lub usłudze. To od niej przedsiębiorcy powinni obliczać wysokość rabatów – i to ona jest teraz najważniejszą informacją dla kupujących* – mówi Prezes UOKiK** Tomasz Chróstny**.**

**Punkt odniesienia**

**„Oszczędzasz 50 zł”, „-20%”, „taniej o 100 zł” – korzyści cenowe muszą być obliczane od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Nowy przepis ma zapobiegać żonglerce cenami – podwyższaniu ich tuż przed wyprzedażą po to, aby wywołać wrażenie, że rabat jest atrakcyjniejszy niż w rzeczywistości. To była bardzo powszechna praktyka, przed którą konsumenci nie zawsze mogli się uchronić. Teraz powinni dostać kompletną, rzetelną informację o cenie promocyjnej i najniższej cenie, za którą można było kupić towar lub usługę w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. W przypadku, gdy najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest korzystniejsza niż kwota podczas wyprzedaży, to okazja może być pozorna.**

***– Jeżeli konsumenci otrzymują informację, że mogą skorzystać z wyjątkowej okazji, że czeka na nich wielka wyprzedaż, promocja, a najniższa cena z 30 dni pokazuje, że to nieprawda, to zostają tym samym wprowadzani w błąd. W przypadku zachęcania do zakupu obniżoną ceną konsument musi dostać pełną informację, która umożliwi sprawdzenie, czy korzyść rzeczywiście jest realna. Zwiększa to ochronę przed nieczystymi chwytami marketingowymi* – dodaje Prezes UOKiK** Tomasz Chróstny**.**

**Informacja o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką powinna się znaleźć wszędzie tam, gdzie przedsiębiorca ogłasza rabaty dotyczące konkretnego towaru lub usługi, a więc np. w reklamie, przy produkcie na półce sklepowej, na wywieszce, w gazetce sieci handlowej, przy sprzedaży warunkowej, w programie lojalnościowym, w wynikach wyszukiwania w sklepie internetowym i na karcie konkretnego produktu. Jeśli platforma handlowa lub porównywarka cen udostępnia sprzedawcom narzędzia do prezentowania obniżek cen, to także musi zadbać, aby odpowiednio i poprawnie została uwidoczniona najniższa cena z 30 dni przed obniżką.**

**Dyrektywa Omnibus obowiązuje od 1 stycznia 2023 roku. Prezes UOKiK monitoruje, jak przedsiębiorcy dostosowali się do nowych obowiązków – postawił zarzuty czterem przedsiębiorcom w związku z błędnym prezentowaniem promocji, wystosował ponad 60 wystąpień miękkich, w toku jest 14 postępowań wyjaśniających w sprawie sklepów stacjonarnych. Po działaniach Prezesa UOKiK, w tym publikacji** [wyjaśnień, jak prawidłowo prezentować informacje o obniżce](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=27128)**, znaczna część przedsiębiorców skorygowała dotychczasowe praktyki.**

**Wyprzedaże bez tajemnic**

**Konsumencie, zachęcamy do obejrzenia** [webinaru „Black Friday – okazja czy pułapka?”.](https://www.youtube.com/watch?v=zQ6aeRLHVdA) **Psycholożka społeczna i trenerka biznesu Ewa Jarczewska-Gerc opowiada w nim, jakich psychologicznych sztuczek używają sprzedawcy podczas „wielkich” wyprzedaży i jak się przed nimi bronić. Temat ten pojawia się także w**[podcaście „Wyprzedaże”](https://www.youtube.com/watch?v=r3deoDlxfV8)**, który odsłania zaplecze marketingowych zabiegów.**

**Informacje o nowych przepisach konsumenckich – nie tylko dotyczących obniżek cen, ale także np. reklamacji czy sprzedaży na pokazach – znajdziesz na stronie** [prawakonsumenta.uokik.gov.pl](https://prawakonsumenta.uokik.gov.pl/).

**Z kolei przedsiębiorców, którzy chcą się dowiedzieć więcej na temat prawidłowego oznaczania obniżek, zachęcamy do lektury** [Wyjaśnień Prezesa UOKiK](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=27128) **oraz obejrzenia** [webinaru „O cenie na przecenie – dla przedsiębiorców”](https://www.youtube.com/watch?v=TzEfedKK5n4&feature=youtu.be)**.**

**Dyrektywa Omnibus wprowadziła wiele ważnych zmian dla konsumentów, m.in. nowe zasady reklamacji. Już w najbliższą środę, 22 listopada o godz. 13:00 zapraszamy na najnowszy odcinek webinaru, tym razem na temat prawa do reklamacji usług – „U fryzjera, mechanika, w pralni… czyli jak skutecznie reklamować usługi”. Link do spotkania:**[infoliniakonsumencka.pl/live/](http://www.infoliniakonsumencka.pl/live/)**. Transmisja również na**[kanale Fundacji ProPublika na YouTube](https://www.youtube.com/%40Fundacja-ProPublika)**.**

**Konsumencie pamiętaj!**

* **Daj sobie czas do namysłu**

**Zakupy, nie tylko na wyprzedażach, powinny być przemyślane. Hasła marketingowe i obietnice są kuszące, ale zawsze zweryfikuj, czy prawdziwe. Wystarczy zwrócić uwagę na wszystkie ceny, które zostały podane, zwłaszcza tę najniższą z 30 dni przed obniżką. Przedsiębiorcy mogą również stosować różne sztuczki, które wywołują presję czasu i skłaniają do szybkich, nieprzemyślanych zakupów (tzw. dark patterns). Nie daj się zmanipulować, daj sobie za to czas do namysłu, zastanów się, czy dany produkt jest Ci rzeczywiście potrzebny.**

* **Cena cenie nierówna – porównaj**

**Zawsze porównaj najniższą ceny z 30 dni przed obniżką z ceną promocyjną. Inne wartości podawane przez przedsiębiorców, jak cena referencyjna czy początkowa, nie stanowią rzetelnego punktu odniesienia. Pamiętaj także, żeby sprawdzić oferty u różnych sprzedawców. Zwłaszcza zakupy przez internet pozwalają szybko zorientować się, czy interesujący artykuł nie występuje w podobnej cenie w wielu miejscach, nie tylko czasowo.**

**Zwracaj uwagę na cenę także podczas finalizacji zakupu. Może się zdarzyć, że w sklepie stacjonarnym cena na metce lub etykiecie będzie inna niż ta przy kasie. Jeżeli na paragonie widnieje wyższa kwota, masz prawo dokonać zakupu w cenie z metki lub otrzymać zwrot różnicy.**

**Porównywać ceny warto również ze względu na różne opakowania produktów. Z pomocą przychodzi cena jednostkowa – jest to cena za jednostkę miary, np. 1 litr, kilogram, metr, sztukę. Może się okazać, że o atrakcyjności oferty będzie decydowała nie promocja cenowa, a gramatura artykułu. Cenę jednostkową znajdziesz na etykiecie. Szczególnie uważaj na towary oferowane w wielopakach – po porównaniu gramatury produktów i ceny jednostkowej może się okazać, że zakup wcale nie jest tak opłacalny, jak się wydaje.**

* **Masz prawo do reklamacji**

**Artykuły kupione na promocji możesz reklamować na tych samych zasadach co zakupy w cenie regularnej. Wyjątkiem może być konkretna wada produktu, z której wynikał rabat i o której zostałeś przed zakupem poinformowany. Tej wady wówczas reklamować nie możesz, ale każdą inną dotyczącą tego samego przedmiotu – już tak.**

**Od początku roku, odkąd obowiązuje Dyrektywa Omnibus, reklamacje składane są na podstawie „odpowiedzialności za niezgodność towaru z umową”. W pierwszej kolejności możesz żądać naprawy lub wymiany wadliwego towaru. Zwrot pieniędzy (częściowy lub całkowity) będzie możliwy w kolejnym etapie dochodzenia roszczeń. Sprzedawca odpowiada za wady przez 2 lata od wydania towaru. Termin przedawnienia roszczeń reklamacyjnych wynosi 6 lat. Sprzedawca powinien odpowiedzieć na reklamację w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania. Jeżeli tego nie zrobił, uważa się, że ją uznał.**

* **Kupujesz w internecie?**

**Masz prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni. To czas do namysłu i rozważenia racjonalności zakupu i możliwość zapoznania się z produktem. Zdarza się, że ten czas zostaje przez sprzedawcę wydłużony.**

**Prawo do zwrotu produktu nie obowiązuje, gdy został on przygotowany na specjalne zamówienie, jak np. biżuteria z grawerem czy szyty na miarę garnitur.**

* **Kupujesz stacjonarnie?**

**O tym, czy będziesz mógł zwrócić kupiony towar, decyduje tylko i wyłącznie sprzedawca. Koniecznie sprawdź, czy i na jakich zasadach sklep przewiduje taką opcję. Może być tak, że zwrot będzie na kartę podarunkową lub w ogóle nie będzie możliwy.**

**Pomoc dla konsumentów:**

Infolinia konsumencka: 801 440 220 lub 222 66 76 76
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie