

Rozporządzenie Ministra Finansów w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży z dnia 10 czerwca 2002 r. (Dz. U. 99, poz. 894)

Na podstawie art. 12 ust. 3 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U nr 97, poz. 1050) zarządza się, co następuje:

§ 1.

Rozporządzenie określa:

- 1) szczegółowe zasady uwidaczniania cen towarów i usług w miejscach sprzedaży detalicznej oraz świadczenia usług,
- 2) sposobów oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży detalicznej, w tym przypadki w których przez wyznaczony okres nie wymaga się oznaczania towarów ceną.

§ 2.

Ilekroć w rozporządzeniu jest mowa o:

- 1) towarach paczkowanych – należy przez to rozumieć towary określone w art. 2 pkt. 15 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o towarach paczkowanych (Dz.U.Nr 128,poz.1409),
- 2) towarach masowych – należy przez to rozumieć towary nie opakowane, lecz odmierzone, w tym odważane podczas sprzedaży w obecności kupującego,
- 3) przedsiębiorstwach gastronomicznych – należy przez to rozumieć restauracje, bary, stołówki oraz inne placówki gastronomiczne, których przedmiotem działalności jest przygotowanie oraz sprzedaż posiłków i napojów do spożycia na miejscu i na wynos,
- 4) punktach sprzedaży okružnej – należy przez to rozumieć punkty sprzedaży obwołnej i obnošnej oraz inne punkty sprzedaży detalicznej o charakterze ruchomych stoisk,
- 5) wywieszce – należy przez to rozumieć etykietę, tabliczkę lub plakat z wydrukowaną lub napisaną od- ręcznie ceną i nazwą towaru, niezłozczone trwale z towarem,
- 6) towarze identycznym -należy przez to rozumieć towar o takich samych parametrach techniczno-użytkowych, w tym – pod względem przeznaczenia, wartości użytkowej, składu surowcowego, poziomu technicznego lub daty produkcji – wytworzony przez tego samego przedsiębiorcę,
- 7) towarze podobnym – należy przez to rozumieć towar o podobnych parametrach techniczno-użytkowych, w tym – pod względem przeznaczenia, posiadający zbliżoną wartość użytkową, a różniący' się pod względem poziomu technicznego, wzornictwa lub innych cech.
- 8) powierzchni sprzedażowej -należy przez to rozumieć powierzchnię w miejscu sprzedaży detalicznej, dostosowaną do samoobsłuzi kupujących, do której mają oni bezpośredni dostęp,
- 9) towarze o małych gabarytach -należy przez to rozumieć towar, którego żadna powierzchnia nie przekracza 10 centymetrów kwadratowych.

§ 3.

1. Towary oferowane kupującym w miejscu sprzedaży opatruje się, z zastrzeżeniem § 5, wywieszkami zawierającymi informacje wskazujące ich nazwy handlowe, ceny oraz jednostki miar, do których odnoszą się uwidocznione ceny. W przypadku towarów podobnych na wywieszkach umieszcza się ponadto nazwę producenta i inne informacje umożliwiające niebudzącą wątpliwości identyfikację ceny z towarem.

2. Na wywieszkach podaje się ceny aktualne w momencie oferowania towarów.

3. Przy towarach wystawionych w miejscu ekspozycji handlowej, takim jak: okno (witryna), gablota i innym podobnym miejscu wystawowym, wewnątrz lub na zewnątrz przestrzeni związanej z miejscem sprzedaży, powinny być uwidocznione ceny. Jeżeli zamiast towarów oryginalnych przedsiębiorca wystawia ich atrapy, imitacje lub wzory, powinien uwidocznić ceny w taki sam sposób i taką samą czcionką, jak ceny towarów oryginalnych.

4. Przy wystawianiu na sprzedaż większej ilości określonego towaru cenę uważa się za uwidocznioną, jeżeli wywieszkę umieści się tylko przy jednej sztuce identycznego towaru.

§ 4.

Wywieszki umieszcza się w miejscu ogólnodostępnym i widocznym dla każdego kupującego, bezpośrednio przy towarach lub w bliskości towarów, których dotyczą, w taki sposób, aby nie można było pomylić ceny określonego towaru z ceną innego, a w szczególności podobnego towaru. Napisy na wywieszkach powinny być wyraźne i czytelne, tak aby nie budziły wątpliwości kupujących.

§ 5.

1. Ceny towarów przeznaczonych do sprzedaży, lecz umieszczonych w miejscu niedostępnym i niewidocznym dla kupujących, a w szczególności na zapleczu, uwidacznia się w zestawieniach cen, zwanych dalej "cennikami".

2. Cenniki wywiesza się, wyklada lub w inny sposób udostępnia w miejscu sprzedaży towarów tak, aby były one czytelne dla kupujących.

3. Ceny towarów oferowanych w punktach sprzedaży określonej uwidacznia się w cenniku wywieszonym w miejscu dostępnym dla kupujących.

4. Ceny potraw lub wyrobów oferowanych w przedsiębiorstwach gastronomicznych uwidacznia się w sposób czytelny w cenniku, wywieszonym w miejscu ogólnodostępnym dla kupujących wewnątrz lub na zewnątrz lokalu, w pobliżu drzwi wejściowych. Cennik powinien ponadto zawierać aktualne informacje dodatkowe umożliwiające łatwą identyfikację ceny z towarem, w szczególności: datę wystawienia, pełną nazwę potrawy lub wyrobu, określenie ilości nominalnej potrawy lub wyrobu, wyrażonej w legalnej jednostce miary, zawartej w jednej porcji, w tym zwłaszcza ilości głównego składnika (mięsa, drobiu, ryb), dodatków uzupełniających (przystawek, deserów) i napojów. W przypadku towarów, które ze swej natury mogą być sprzedawane na sztuki, dopuszcza się określenie ilości nominalnej oferowanej porcji w sztukach.

§ 6.

1. Ceny porcji wyrobów garmażeryjnych uwidacznia się na wywieszkach przy poszczególnych towarach, wraz z pełną ich nazwą, określeniem ilości nominalnej oferowanej porcji każdego wyrobu, wyrażonej w legalnej jednostce miary. W przypadku towarów, które ze swej natury mogą być sprzedawane na sztuki, dopuszcza się określenie ilości nominalnej oferowanej porcji w sztukach.

2. Przedsiębiorcy prowadzący działalność usługową w zakresie gastronomii lub hotelarstwa:
1) zapewniają wystarczającą ilość cenników oferowanych potraw lub wyrobów i napojów,

aby udostępniać je kupującym przed przyjęciem zamówienia i przy rozliczeniu końcowym,
2) wykładają w każdym pokoju noclegowym katalog zawierający ceny noclegu, wyżywienia lub innych oferowanych usług,
3) wywieszają lub wykładają w miejscu przeznaczonym do odbywania rozmów telefonicznych cennik, zawierający cenę za jeden impuls telefoniczny i inne opłaty za usługi dodatkowe, związane z łączeniem rozmowy.

§ 7.

1. Jeżeli sprzedawca reklamuje towar lub usługę wraz z ceną sprzedaży w czasopiśmie, gazecie, prospekcie, katalogu, na plakacie, afiszu lub ekranie telewizyjnym, a także w handlu elektronicznym albo na specjalnie zorganizowanych pokazach, prezentacjach, jak również w inny sposób, powinien także uwidocznić cenę jednostkową tego towaru lub usługi oraz datę lub termin obowiązywania podanej ceny.

2. W materiałach reklamowych, o których mowa w ust. 1 lub na wywieszkach umieszczonych przy towarach oferowanych do sprzedaży po cenach promocyjnych lub obniżonych obok przekreślonej ceny dotychczasowej uwidacznia się cenę promocyjną lub cenę obniżoną, uwzględniającą rabat. Przepis ten nie dotyczy towarów oferowanych do sprzedaży po raz pierwszy.

3. W materiałach reklamowych, o których mowa w ust. 1 oraz w placówkach handlowych przy towarach oferowanych do sprzedaży po przecenie lub na wywieszkach umieszczonych przy towarach przecenionych obok przekreślonej dotychczasowej ceny i wyrazu "przecena" albo wyrazów "obniżka ceny" lub "podwyżka ceny" uwidacznia się cenę obniżoną lub podwyższoną, jej okres obowiązywania, a także przyczynę lub przyczyny dokonanej przeceny – obniżki lub podwyżki ceny.

4. W przypadku zamawiania przez kupującego towaru lub usługi przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość w rozumieniu przepisów o świadczeniu usług teleinformacyjnych i handlu elektronicznym, z wyjątkiem oferty sprzedaży na odległość, o której mowa w art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. nr 22, poz. 271), przedsiębiorca, na żądanie kupującego, powinien zakomunikować mu cenę wraz z opłatami dodatkowymi za dostarczenie towaru lub usługi i za połączenie. Informacje te powinny być podane przez przedsiębiorcę przed sporządzeniem umowy w sposób niebudzący wątpliwości zamawiającego.

§ 8.

1. Cena jednostkowa uwidoczniona przy towarze na wywieszce lub winnej formie dostępnej dla kupującego powinna dotyczyć ceny za:

- 1) 1 litr lub 1 metr sześcienny – dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według objętości,
- 2) 1 kilogram lub 1 tonę – dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według masy,
- 3) 1 metr lub 1 metr kwadratowy – dla towarów sprzedawanych według długości lub powierzchni,
- 4) 1 sztukę – dla towarów sprzedawanych na sztuki.

2. Ceny jednostkowe towarów sprzedawanych według objętości mogą także dotyczyć 100 mililitrów lub 0,1 litra, a towarów sprzedawanych według masy – ilości za 100 gramów albo

100 kilogramów, jeżeli te jednostki są stosowane zwyczajowo i powszechnie dla tych towarów.

3. Nie wymaga uwidocznienia cena jednostkowa określonego towaru, jeżeli jest identyczna z ceną sprzedaży tego towaru.

4. Ceny jednostkowe towarów paczkowanych powinny dotyczyć ilości nominalnej towaru oznaczonej na opakowaniu, wyrażonej w legalnej jednostce miary: objętości, masy, długości lub powierzchni. W przypadku artykułów żywnościowych paczkowanych, oferowanych w zalewie, cena jednostkowa powinna dotyczyć ilości składnika głównego netto bez zalewy. W przypadku artykułów żywnościowych paczkowanych, dla których odrębne przepisy nakładają obowiązek umieszczania na opakowaniu masy netto i brutto, cena jednostkowa powinna dotyczyć masy netto.

5. Cena jednostkowa towarów paczkowanych, przeznaczonych do użytkowania wyłącznie w komplecie lub w zestawie, powinna dotyczyć kompletu lub zestawu.

6. Towary masowe powinny być opatrzone wywieszkami zawierającymi cenę jednostkową oraz nazwę handlową oferowanego towaru.

7. Cena jednostkowa towarów masowych i towarów o małych gabarytach powinna dotyczyć ilości towaru, zwyczajowo oferowanej kupującym, wyrażonej w legalnej jednostce miary (z podaniem wartości liczbowej i oznaczenia tej jednostki miary).

8. Przepisy ust. 6 i 7 stosuje się również do towarów dystrybuowanych przez automaty sprzedające i inne automaty umieszczone w miejscach sprzedaży.

§ 9.

1. Towary przeznaczone do sprzedaży detalicznej oznacza się, z zastrzeżeniem ust. 2, cenami w sposób bezpośredni na poszczególnych egzemplarzach lub na ich pojedynczych opakowaniach, metodą uniemożliwiającą łatwe usunięcie oznaczenia.

2. Za równoznaczne ze spełnieniem wymogu oznaczenia ceną, w rozumieniu ust. 1, uznaje się oznaczenie kodem kreskowym towaru oferowanego w miejscu sprzedaży detalicznej, dostosowanym do samoobsługi kupujących, przy łącznym spełnieniu następujących warunków:

1) towary nieoznaczone ceną zostaną opatrzone wywieszkami, zawierającymi informacje, o których mowa w § 3 ust. 1 i 2, w tym także o cenach jednostkowych,

2) liczba czytników umieszczonych przez przedsiębiorcę na sali sprzedaży zapewni kupującemu niezwłoczne odczytanie cen poszczególnych towarów na podstawie kodu kreskowego, przy czym na każde rozpoczęte 400 metrów kwadratowych powierzchni sprzedażowej powinien przypadać co najmniej 1 czytnik, nie uwzględniając czytników zainstalowanych w kasach rejestrujących

3) masa lub objętość towaru nieoznaczonego ceną nie przekroczy 5 kilogramów lub 5 litrów odpowiednio dla towarów sprzedawanych według masy lub objętości; w przypadku towarów paczkowanych podane wielkości dotyczą odpowiednio jednostek masy i objętości netto bez opakowania; towary przeznaczone do sprzedaży na sztuki nie przekroczą swoją wielkością sumy wymiarów, przy pomiarze w skrajnych punktach (długości, szerokości i wysokości) 2 metrów oraz masy całkowitej 5 kilogramów lub objętości 5 litrów,

- 4) pracownicy obsługi wyodrębnionych stoisk lub działów zostaną zobowiązani do niezwłocznego odczytu ceny towaru na podstawie kodu kreskowego na każde życzenie kupującego wyrażone na sali sprzedaży,
- 5) cena towaru odczytana na podstawie kodu kreskowego nie może być wyższa od ceny uwidocznionej przy identycznym towarze,
- 6) system czytników, na życzenie kupującego, dokonuje odczytu ceny sprzedaży każdego towaru wraz z jego nazwą handlową lub zrozumiałym dla kupującego skrótem tej nazwy, umożliwiającym łatwą identyfikację towaru i ceny.

§ 10.

1. Ceny za usługi podaje się wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usługi. Jeżeli jest to zgodne z praktyką obrotu, ze względu na rodzaj świadczonej usługi, zamiast cen za usługę można podawać; cenę jednostkową za jednostkę usługi.
2. Przy określaniu cen za usługi mogą być podawane stawki godzinowe, stawki procentowe, ceny za kilometr i inne stawki przeliczeniowe, które powinny zawierać wszystkie elementy składowe ceny. Do stawek przeliczeniowych mogą być włączone także koszty materiałowe.
3. Ceny za przejazd od lub do odbiorcy usługi zestawia się i osobno wycenia.
4. Jeżeli nalicza się minimalny czas pracy, minimalną wartość wykonanej pracy, minimalny czas dojazdu lub minimalną odległość do przebycia, osobno podaje się poszczególne ceny.
5. Przy określaniu cen usług szczególnych, w tym robót budowlanych lub remontowych, jednoznacznie i wyraźnie informuje się kupujących, czy podane ceny: obejmują tylko wartość usługi, czy również zużytego, materiału, a także czy towary zużyte przy wykonywaniu tych usług zostaną wycenione odrębnie, z uwzględnieniem narzutu kosztów do cen zakupu.
6. Przepisy ust. 1-5 stosuje się również do ofert i kosztorysów.

§ 11.

1. W zakładach świadczących usługi w miejscu widocznym i ogólnodostępnym powinien znajdować się cennik wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usług.
2. W przypadku świadczenia usług wyłącznie u konsumentów cennik, o którym mowa w ust. 1, powinien być przedstawiony konsumentowi przed wykonaniem zamówionej przez niego usługi.
3. Przepisy ust. 1 i 2 stosuje się do usług świadczonych w punktach sprzedaży określonej.

§ 12.

1. Na stacjach benzynowych ceny paliw oznacza się i podaje w taki sposób, aby były one wyraźne i czytelne dla kierowców pojazdów poruszających się po drogach publicznych i zbliżających się do stacji benzynowej.

2. Przepis ust. 1 stosuje się również odpowiednio do przedsiębiorcy wynajmującego lub ochraniającego garaże, zadaszone wiaty oraz miejsca parkingowe albo przyjmującego na przechowanie pojazdy samochodowe.

§ 13.

1. Do dnia 31 grudnia 2003 r. nie wymaga się bezpośredniego oznaczenia ceną, w sposób określony w § 9 ust. 1, towarów przeznaczonych do sprzedaży detalicznej, które ze swej natury nie mogą być tak oznaczone lub których takie oznaczenie nie miałyby znaczenia dla kupujących. Przepis ten stosuje się do:

- 1) towarów o małych gabarytach,
- 2) towarów masowych,
- 3) sadzonek roślin, kwiatów ciętych i doniczkowych,
- 4) żywych zwierząt,
- 5) towarów żywnościowych, niepaczkowanych sprzedawanych na sztuki,
- 6) towarów zwyczajowo oferowanych do sprzedaży w większych ilościach, w szczególności: cegieł, glazury lub terakoty,
- 7) towarów spożywczych, których termin przydatności do spożycia albo data minimalnej trwałości upływie w ciągu najbliższej doby, licząc od momentu ich wystawienia na sprzedaż,
- 8) towarów oferowanych do sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa lub na specjalnie organizowanych pokazach w celu ich sprzedaży,
- 9) towarów dystrybuowanych przez automaty sprzedające i inne automaty umieszczone w miejscach sprzedaży,
- 10) towarów przeznaczonych do sprzedaży, których cena uwidoczniona w sposób określony w ust. 2 nie przekracza kwoty 4 złotych.

2. Towary, o których mowa w ust. 1, opatruje się cenami na etykietach (przywieszkach) trwale złączonych z tymi towarami lub w cennikach albo w katalogach, a także na ekranach monitorów, do których kupujący powinien mieć bezpośredni wgląd, odpowiednio do ich charakteru, właściwości, przeznaczenia i uzasadnionych oczekiwań kupujących.

3. Towary, o których mowa w ust. 1 pkt. 1, przeznaczone do użytkowania wyłącznie w komplecie lub w zestawie oznaczają się cenami na ich opakowaniach zbiorczych.

§ 14.

Do dnia 31 marca 2003 r. przedsiębiorcy dostosują dotychczasowe sposoby informowania o cenach towarów i usług oferowanych kupującym do wymagań wynikających z rozporządzenia.

§ 15.

Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.