



euro w  
**POLSCE**

BIURO PEŁNOMOCNIKA RZĄDU  
DS. WPROWADZENIA EURO  
PRZEZ RZECZPOSPOLITĄ POLSKĄ

Nr 6/2011  
czerwiec 2011

# €UROOPRACOWANIA



**Zespół Roboczy ds. Przedsiębiorstw Niefinansowych**

**Analiza doświadczeń innych krajów w zakresie  
inicjatyw ochrony konsumentów w procesie  
przygotowań do przystąpienia do strefy euro  
z punktu widzenia przedsiębiorstw niefinansowych**

PEŁNOMOCNIK RZĄDU  
DS. WPROWADZENIA  
EURO PRZEZ  
RZECZPOSPOLITĄ  
POLSKĄ

MINISTERSTWO FINANSÓW  
RZECZPOSPOLITA POLSKA

BIURO.EURO@MOFNET.GOV.PL

## GŁÓWNE TEZY

- Zgodnie z zaleceniem KE<sup>1</sup>, w okresie wymiany waluty narodowej na euro przedsiębiorcy powinni zostać objęci wymogiem podwójnej ekspozycji cen w złotych i w euro. Należy również negocjować porozumienia ze sprzedawcami detalicznymi oraz sektorem usług zapobiegające nieuzasadnionemu podnoszeniu cen. Wskazane działania będą miały na celu ochronę konsumentów przed nadużyciami cenowymi.
- Okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen powinien rozpocząć się możliwie szybko po ustaleniu przez Radę Ecofin nieodwołalnego kursu konwersji i trwać minimalnie 6 miesięcy, a maksymalnie 1 rok po wprowadzeniu euro. Komisja Europejska zaleca, aby nie rozpoczynać okresu podwójnej ekspozycji cen przed ustaleniem ostatecznego kursu wymiany waluty narodowej na euro.
- W opisanych w niniejszym opracowaniu państwach członkowskich UE, które przyjęły euro w latach 2007-2009, tj. Cyprze, Malcie, Słowenii i Słowacji, zobowiązanie do przestrzegania uczciwych praktyk cenowych było inicjatywą skierowaną przede wszystkim do sprzedawców detalicznych. W zamian za przestrzeganie zapisów porozumienia przedsiębiorcy byli uprawnieni do posługiwania się logo – znakiem kampanii informacyjnej wykorzystywanym do celów reklamowych. Logo stanowiło dla konsumentów potwierdzenie, że przedsiębiorca nie tylko stosuje się do zasad powszechnie obowiązującego prawa, ale również dobrowolnie przestrzega dodatkowych, wyższych standardów w zakresie praktyk cenowych.
- Na Malcie inicjatywy zapobiegające nieuzasadnionemu podnoszeniu cen przez sprzedawców detalicznych zostały uzupełnione o umowy o stabilności cen, które maltański Narodowy Komitet ds. Wprowadzenia Euro zawarł z importerami, dystrybutorami i producentami. W ramach umów przedsiębiorcy ci zobowiązali się do utrzymania cen szerokiej gamy produktów i usług na niezmiennym poziomie przez pewien czas przed i po wymianie waluty.
- W trzech spośród czterech państw, których doświadczenia opisano w niniejszym opracowaniu porozumienia zapobiegające nieuzasadnionemu wzrostowi cen były zawierane z udziałem organów centralnych (Euro-observatoria na Malcie i Cyprze, Pełnomocnik ds. Wprowadzenia Euro w Słowacji). W Słowenii zastosowano natomiast formę samoregulacji – kodeks dobrych praktyk, przygotowany przez organizacje przedsiębiorców.
- W opisanych w niniejszym opracowaniu państwach członkowskich złamanie zapisów porozumienia wiązało się z odebraniem prawa do posługiwania się logo, umieszczeniem na „czarnej liście” nieuczciwych przedsiębiorców, a nawet karami pieniężnymi.

<sup>1</sup> Zalecenie Komisji z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczące środków ułatwiających przyszłe przejście na euro, 2008/78/WE.

Niniejszy materiał ma charakter roboczy. Opisane propozycje rozwiązań w procesie wprowadzenia euro odzwierciedlają stanowisko Zespołu Roboczego ds. Przedsiębiorstw Niefinansowych i nie są wiążące. Szczegółowy opis działań, które zostaną zastosowane w Polsce zostanie zawarty w *Narodowym Planie Wprowadzenia Euro*.

## WSTĘP

Celem niniejszego opracowania jest dokonanie analizy inicjatyw mających na celu ochronę konsumentów przed nieuczciwymi praktykami cenowymi związanymi z wprowadzeniem euro, wdrożonych w krajach, które już przystąpiły do unii walutowej. W opracowaniu skupiono się na roli, jaką w tym procesie odegrały przedsiębiorstwa niefinansowe. Zakres tematyczny opracowania stanowi omówienie istotnego, aczkolwiek nie jedyne, elementu przygotowań sektora przedsiębiorstw niefinansowych do zamiany waluty.

Ze względu na dostępność materiałów, aktualność poruszanych zagadnień oraz dokonanie skutecznych działań w tym zakresie, znajdujących odzwierciedlenie w faktycznym przyjęciu euro, poniższą analizę ograniczono do wybranych krajów. Są nimi: Cypr, Malta, Słowacja i Słowenia, czyli gospodarki, które na przestrzeni ostatnich pięciu lat prowadziły takie przygotowania i z sukcesem je zakończyły.

### 1. MALTA

W dniu 1 stycznia 2008 r. Malta przystąpiła do strefy euro. Odpowiedzialny za wprowadzenie euro w tym kraju Narodowy Komitet ds. Wprowadzenia Euro (ang. *National Euro Changeover Committee – NECC*) proces przygotowywania sektora przedsiębiorstw niefinansowych do przyjęcia wspólnej waluty rozpoczął z początkiem 2006 r., czyli dwa lata przed faktycznym wprowadzeniem nowej waluty do obiegu gotówkowego. Doświadczenia oraz zakres uprzednio przewidzianych dostosowań w zakresie inicjatyw mających na celu ochronę konsumentów przed nieuczciwymi praktykami cenowymi (z punktu widzenia przedsiębiorstw niefinansowych) można przedstawić następująco.

W styczniu 2007 r., czyli przed wyznaczeniem oficjalnego kursu konwersji, wprowadzono okres dobrowolnej podwójnej ekspozycji cen. Okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen rozpoczął się od momentu ogłoszenia nieodwołalnego kursu wymiany waluty krajowej na euro.

W ramach prowadzonych działań na rzecz uczciwego przeliczania cen Narodowy Komitet ds. Wprowadzenia Euro wdrożył inicjatywę „FAIR” (ang. *Fair-pricing Agreement in Retail Initiative*). Celem przedsięwzięcia było zapewnienie przeliczania cen towarów i usług z lir na euro w sposób uczciwy. Ochrona konsumentów przed ewentualnym, nieuzasadnionym wzrostem cen stała się nadrzędnym celem powyższej inicjatywy. Podstawy prawne inicjatywy „FAIR”, czyli porozumienia ze sprzedawcami detalicznymi w zakresie uczciwych praktyk cenowych, zostały określone w wydanym wspólnie przez Prezesa Rady Ministrów i Ministra Finansów rozporządzeniu w sprawie przyjęcia euro (podawanie cen w dwóch walutach i cenniki w euro) z 2007 r., wydanego na podstawie ustawy o wprowadzeniu euro (*The Euro Adopting Act*). Podmiotem, który wystąpił z inicjatywą utworzenia „FAIR” był NECC.

Inicjatywa „FAIR” kierowana była do placówek handlu detalicznego i innych przedsiębiorstw zawierających transakcje z udziałem konsumentów. Jej celem było wspieranie uczciwości i przejrzystości w ustalaniu cen towarów i usług w okresie zamiany waluty, a jednocześnie pomoc konsumentom w przyzwyczajeniu się do nowej skali wartości cen. Miało to w efekcie doprowadzić do zmniejszenia

wyrażanych przez konsumentów obaw związanych z podnoszeniem cen towarów i usług w związku z przeliczaniem cen z lir maltańskich na euro.

Zobowiązania „FAIR” były przestrzegane od 15 stycznia 2007 r. Szacuje się, że porozumienie podpisało w sumie około 7 900 podmiotów<sup>1</sup>. W sierpniu i wrześniu 2007 r. inicjatywę uzupełniły umowy o stabilności cen, które NECC zawarł z importerami, dystrybutorami i producentami. W ramach tych umów przedsiębiorcy obiecali utrzymywanie cen szerokiej gamy produktów i usług na niezmiennym poziomie przez pewien czas przed i po wymianie waluty.

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen obowiązywał na terytorium Republiki Malty w okresie od 11 lipca 2007 r. do dnia 30 czerwca 2008 r. Przystępując do inicjatywy „FAIR”, przedsiębiorcy w pierwszym rzędzie zobowiązywali się do podwójnej ekspozycji cen przed podaną wyżej datą, tj. od stycznia 2007 r. Jednym z wymogów formalnych wniosku o przystąpienie do tej inicjatywy, było załączenie harmonogramu wdrożenia podwójnej ekspozycji cen. Po złożeniu takiego oświadczenia, przedsiębiorcy podpisując porozumienie „FAIR”, zobowiązywali się do:

1. Podwójnej ekspozycji cen zgodnie z zasadami wyrażonymi w art. 6 Rozporządzenia<sup>2</sup>, tj.:
  - a) Konwersja z lir maltańskich na euro lub vice versa przeprowadzana jest przy zastosowaniu kursu parytetowego lub kursu wymiany, w zależności od tego, który z nich ma zastosowanie w danym przypadku,
  - b) Kurs parytetowy i kurs wymiany stosuje się do szóstego miejsca po przecinku. Kursy te nie podlegają zaokrągleniu ani okrojeniu podczas przeprowadzania wymiany,
  - c) W przypadku zastosowania kursu parytetowego i kursu wymiany nie stosuje się kursu odwrotnego wyliczonego na ich podstawie,
  - d) Kwoty pieniężne przeliczane z lir maltańskich na euro podlegają zaokrągleniu do najbliższego eurocenta. Ponadto w przypadku, gdy wynik wymiany stanowi równą połowę wartości, podlega zaokrągleniu w górę;
2. Umożliwienia pracownikom, mającym kontakt z konsumentami, udziału w odpowiednim szkoleniu prowadzonym przez NECC;
3. Zapewnienia rozpowszechniania materiałów informacyjnych publikowanych przez NECC;
4. Niepodwyższania cen jakichkolwiek towarów lub usług ze względu na zmianę waluty.

Warunkiem uczestnictwa w inicjatywie „FAIR” było również przestrzeganie przepisów ustawy konsumenckiej (podawanie cen) przez organizację uczestniczącą.

W zamian za podpisanie porozumienia zawierającego powyższe zobowiązania, NECC gwarantowało uczestnictwo w bezpłatnych szkoleniach przygotowanych dla pracowników, mających bezpośredni kontakt z klientem. Obliczano, że średni czas szkolenia osoby wynosił około 6 godzin. W małych przedsiębiorstwach, zatrudniających do dziesięciu pracowników,

---

<sup>1</sup> Źródło: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Wprowadzenie euro na Cyprze i Malcie. Kom(2008) 204 wersja ostateczna.

<sup>2</sup> Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, Legal Notice 4/2007.

szkolone były wszystkie zatrudniane osoby. W przypadku większych jednostek organizacyjnych, w szkoleniach uczestniczyły wyznaczone osoby, pracujące na stanowiskach bezpośrednio związanych z obsługą klienta. W programie szkoleń znalazły się między innymi informacje na temat banknotów i monet euro używanych z innych państw członkowskich, praktycznych aspektów wprowadzenia euro, które mają wpływ na codzienne transakcje, tak aby szkoleni pracownicy mogli w łatwy sposób przekazać je konsumentom, jak również wskazówki jak radzić sobie z płatnościami dokonywanymi jednocześnie w lirach maltańskich i euro w okresie podwójnego obiegu walut oraz na temat obliczenia konwersji między dwiema walutami, jeśli zajdzie taka konieczność.

Program szkoleń wsparty był przez zespół Euro-asystentów (w całej Republice Maltańskiej powołano ich około siedemdziesięciu), którzy byli odpowiedzialni za bezpośrednie doradztwo zarówno dla przedsiębiorców, jak i konsumentów na poziomie lokalnym. Euro-asystenci składali regularne wizyty u przedsiębiorców, którzy przystąpili do inicjatywy „FAIR” w celu udzielania im bieżącej pomocy.

Ponadto, w terminie około czterech tygodni od przystąpienia do inicjatywy „FAIR”, wszyscy uczestnicy otrzymali zestawy, składające się ze szkoleń na płycie DVD oraz urządzenia do szybkiego przeliczania ceny z lir maltańskich na euro.

W zamian za przystąpienie do inicjatywy „FAIR” przedsiębiorcy byli uprawnieni do posługiwania się logo – znaku kampanii wykorzystywanego do celów reklamowych. Posługiwanie się logo było widocznym wskaźnikiem zaangażowania w inicjatywę „FAIR” oraz stanowiło dla konsumentów informację, że przedsiębiorcy używający tego oznaczenia dobrowolnie stosują uczciwe praktyki cenowe w okresie przejścia z lir maltańskich na euro. Dzięki widocznemu logo, konsumenci uzyskiwali informacje, że konkretny przedsiębiorca stosuje się nie tylko do zasad powszechnie obowiązującego prawa, ale również fakultatywnie stosuje dodatkowe (wyższe) standardy w zakresie praktyk cenowych. Ocenia się, że logo stanowiło jeden z kluczowych elementów kampanii. Wskazywano, że posługiwanie się logo inicjatywy „FAIR” może służyć jako sposób na poprawę reputacji przedsiębiorstw oraz jako narzędzie podnoszące zaufanie konsumentów do danych przedsiębiorców.

### **Rysunek 1: Logo inicjatywy „FAIR” na Malcie**



Źródło: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/focuson/focuson10520\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/focuson/focuson10520_en.htm).

Organem koordynującym wprowadzanie oraz przestrzeganie przyjętych zobowiązań w ramach „FAIR” było Euro-observatorium<sup>3</sup>. Samo przystąpienie do inicjatywy było możliwe poprzez złożenie

---

<sup>3</sup> Zgodnie z art. 2 ust. 1 Zaleceń Komisji z dnia 23 kwietnia 1998 r. na temat dialogu, monitoringu oraz udzielania informacji ułatwiających przejście na euro (Dz.U.UE.L.5.98), państwa członkowskie, włączając w to, jeżeli jest to

odpowiedniego formularza dostępnego na stronie internetowej w okresie od 29 listopada 2006 r. do 30 września 2007 r. Wniosek o rejestrację w inicjatywie „FAIR” zawierał:

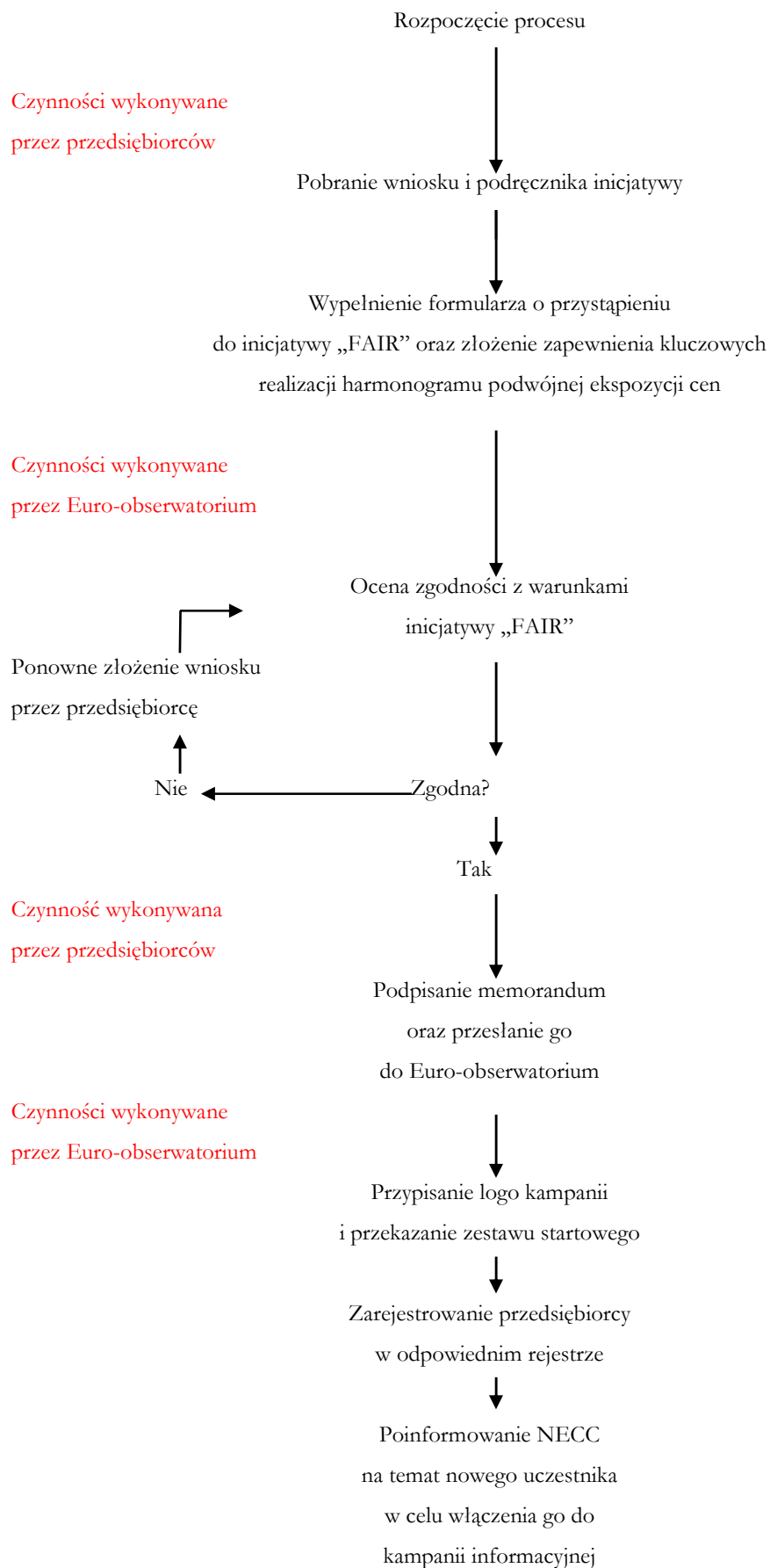
- a) odpowiednie dane wnioskodawcy,
- b) proponowany harmonogram wdrożenia podawania cen w dwóch walutach,
- c) szkolenia dla pracowników organizacji i przedsiębiorców mających kontakt z konsumentami,
- d) zobowiązanie wnioskodawcy, że ceny nie zostaną podwyższone ze względu na zmianę waluty oraz że wnioskodawca będzie przestrzegał wszelkich wytycznych opublikowanych przez NECC.

Wnioski było oceniane przez Euro-observatorium w celu zapewnienia, że wnioskodawca spełnia kryteria uczestnictwa w inicjatywie „FAIR”. Euro-observatorium mogło zażądać od wnioskodawcy dostarczenia dodatkowych niezbędnych informacji lub wyjaśnień. W przypadku, gdy wnioskodawca nie spełnił kryteriów, Euro-observatorium powiadamiało wnioskodawcę o tym fakcie na piśmie, uzasadniając, dlaczego konkretne kryteria nie zostały spełnione. W przypadku, gdy wnioskodawca spełnił kryteria, Euro-observatorium informowało pisemnie o fakcie przyjęcia, a wnioskodawca był rejestrowany jako organizacja uczestnicząca w inicjatywie „FAIR” w rejestrze prowadzonym specjalnie na potrzeby takiej ewidencji. Następnie po ustaleniu, że organizacja uczestnicząca osiągnęła zadowalający poziom realizacji zaproponowanego przez siebie harmonogramu wdrożenia podwójnej ekspozycji cen, Euro-observatorium przyznawało przedsiębiorcom uprawnienie do posługiwania się znakiem kampanii w swoich sklepach oraz w materiałach reklamowych.

Schemat przyznawania logo kampanii przedstawiony został poniżej.

---

możliwe, władze lokalne, są zapraszane do ustanowienia odpowiednich udogodnień, najlepiej założyć obserwatoria na czas przyjmowania euro, w celu monitorowania wprowadzania euro, w szczególności uczciwości i przejrzystości stosowanych praktyk zawodowych.



Źródło: opracowanie na podstawie *Fair-pricing Agreements In Retailing (FAIR): Handbook of best practice*, NECC/0008/06.

Jeżeli organizacja uczestnicząca w „FAIR” nie spełniała wymogów lub nie przestrzegała wytycznych wydanych w tym zakresie przez Euro-observatorium, było ono uprawnione do wszczęcia procedury sprawdzającej. W pierwszym kroku, Euro-observatorium wydawało pisemne pouczenie, które zawierało:

- a) dookreślenie niezgodności w zakresie przestrzegania wytycznych lub braku określonych działań,
- b) wskazanie środków zaradczych, które należy wdrożyć lub działanie, które należy podjąć w danym przypadku,
- c) określenie terminu wdrożenia takiego środka lub podjęcia takiego działania,
- d) powiadomienie, że niezastosowanie się do tych wytycznych skutkuje nałożeniem kary administracyjnej.

Po otrzymaniu pouczenia, adresat zobligowany był do podjęcia środków zaradczych i powiadamiania Euro-observatorium o efektach ich wprowadzenia. Jeżeli po wydaniu powyższego pouczenia nie podjęto środków zaradczych lub środki takie zostały wdrożone w stopniu niezadowalającym, Euro-observatorium w określonym terminie wydawało drugie pouczenie, zawiadamiając jednocześnie ministerstwo właściwe do spraw konsumentów w terminie trzech dni od dnia wydania drugiego pouczenia. Następnie ministerstwo właściwe do spraw konsumentów, w terminie trzech dni od otrzymania powiadomienia, wydawało ostateczne powiadomienie dla osoby, do której wystosowano drugie pouczenie, ustalając termin nie krótszy niż trzy dni na zastosowanie się do wytycznych wydanych przez Euro-observatorium. W przypadku, gdy w terminie trzech dni od wydania ostatecznego powiadomienia, ministerstwo właściwe do spraw konsumentów ustaliło, że osoba, do której wystosowano ostateczne powiadomienie, nadal nie zastosowała się do wytycznych wydanych przez Euro-observatorium, nakładało na taką osobę karę administracyjną w postaci:

- a) grzywny administracyjnej w wysokości co najmniej trzystu lir (ok. 699 EUR wg kursu konwersji<sup>4</sup>), jednak nie wyższej niż tysiąc pięćset lir (ok. 3.494 EUR), lub
- b) o ile uzna to za konieczne, zawieszenia wszelkich zezwoleń handlowych lub innych wydanych dla danej osoby na potrzeby prowadzenia handlu lub działalności, na okres nie dłuższy niż piętnaście dni;
- c) o ile uzna to za właściwe, dziennej grzywny administracyjnej w wysokości co najmniej trzydziestu pięciu lir (ok. 81,5 EUR), jednak nie wyższej niż dwieście lir (ok. 465,9 EUR) za każdy dzień naruszenia.

Ponadto, w przypadku gdy naruszenie polegało na używaniu znaku „FAIR” lub informowaniu o jego przyznaniu przez osoby, którym znaku nie przyznano lub w stosunku, do których znak zawieszono bądź uchylono, możliwe było nałożenie kary administracyjnej w wysokości 750 lir maltańskich (ok. 1.747 EUR) albo kary administracyjnej w wysokości 75 lir maltańskich (174,7 EUR) za każdy dzień naruszenia.

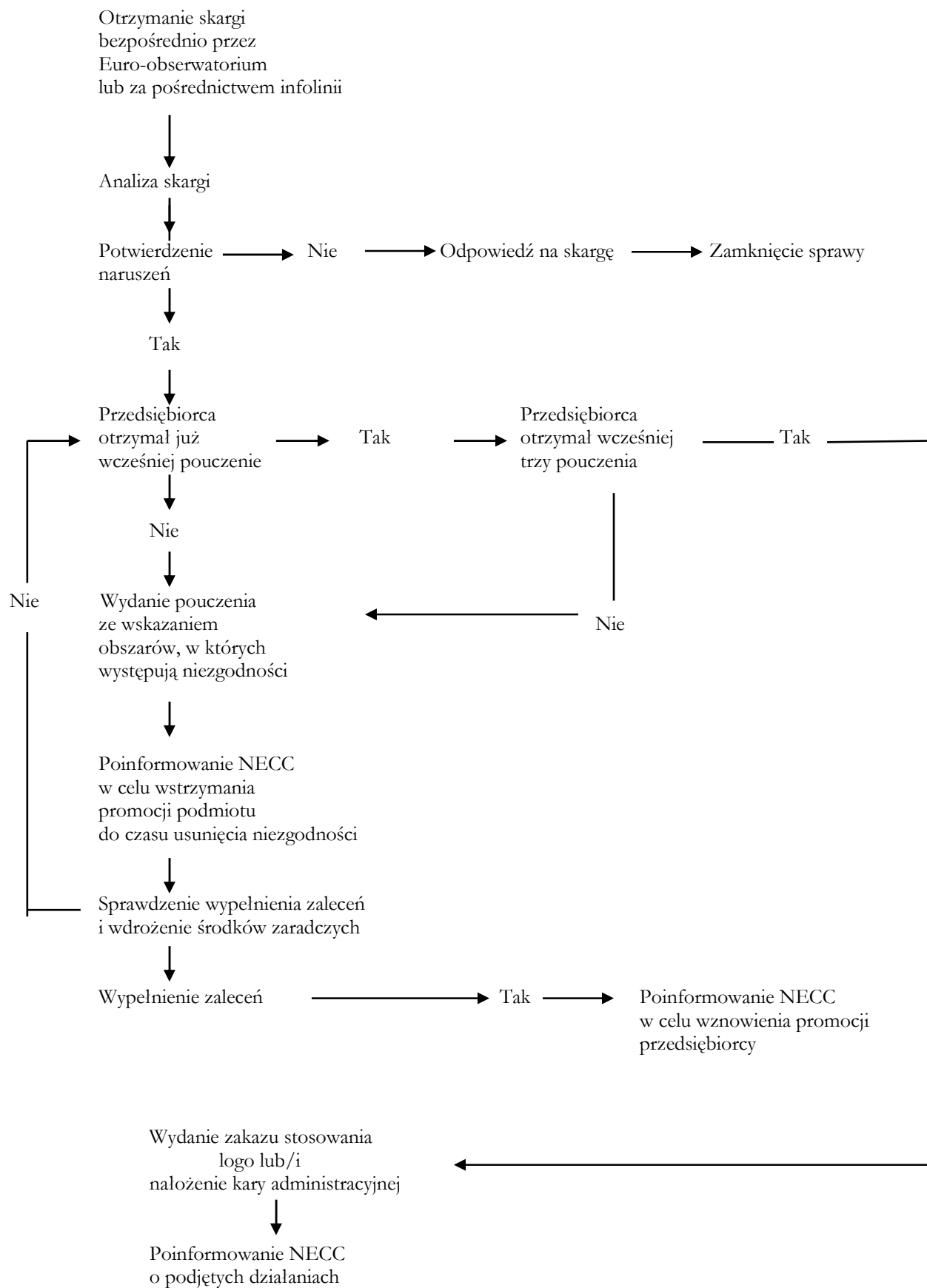
Niezależnie od powyższych kar administracyjnych, w przypadku, gdy przedsiębiorca nie przestrzegał wytycznych Euro-observatorium, możliwe było zawieszenie lub uchylenie prawa do posługiwania się logo „FAIR”.

Procedurę powyższą przedstawia następujący schemat.

---

<sup>4</sup> 1 EUR = 0,429300 MTL.





Źródło: opracowanie na podstawie *Fair-pricing Agreements In Retailing (FAIR): Handbook of best practice*, NECC/0008/06.

Inicjatywa „FAIR” była szeroko i intensywnie promowana zarówno wśród przedsiębiorców, jak i konsumentów. Dużą rolę w przeprowadzeniu działań promocyjnych odegrały Euro-observatorium oraz Euro-asystenci. Kampania promocyjna była przeprowadzana poprzez reklamy w mediach, szkolenia dla przedsiębiorców, rozprowadzanie ulotek i broszur zawierających informacje na temat euro. Wydano również specjalny przewodnik: *“Fair-pricing Agreements in Retailing (FAIR). Handbook of best practice (NECC/0008/06)”*.

Działania promujące uczciwe praktyki cenowe (nie tylko w zakresie inicjatywy „FAIR”) koncentrowały się na przekazaniu przedsiębiorcom informacji, że zmiana waluty sama w sobie może być znakomitym sposobem na polepszenie wizerunku przedsiębiorstwa w oczach konsumentów. Przekonywano, że w tym kontekście podpisanie porozumienia i możliwość posługiwania się logo „FAIR” jest znakomitym narzędziem do przekazania konsumentom informacji na temat tego, że przedsiębiorca stosuje uczciwe praktyki cenowe. Promowano nie tylko samą inicjatywę podejmowaną przez NECC, ale również przedsiębiorców, którzy do niej przystąpili. Ich lista zamieszczona była na stronie internetowej NECC. Podkreślano, że podmioty, które znalazły się na tej liście, samodzielnie i dobrowolnie zobowiązały się do niepodnoszenia cen w związku z przejściem na walutę euro.

„FAIR” promowany był również wśród konsumentów. Hasłem reklamowych było sformułowanie: *„shop from FAIR”* (kupuj od uczciwych). Podkreślano wagę podwójnej ekspozycji cen oraz inicjatywy „FAIR” z perspektywy konsumentów.

Kończąc analizę doświadczeń Malty w procesie wprowadzenia nowej waluty, warto zauważyć, że w przypadku tej gospodarki prace związane z przygotowaniem sektora przedsiębiorstw niefinansowych rozpoczęły się, gdy znane były strategia i data przyjęcia euro w tym kraju. Fakt ten umożliwił zarówno prowadzenie efektywnej akcji informacyjnej, jak i przygotowanie rzetelnej oraz poprawnej treści przekazu.

## **2. SŁOWACJA**

Słowacja przystąpiła do strefy euro 1 stycznia 2009 r. Na Słowacji podwójna ekspozycja cen obowiązywała od 24 sierpnia 2008 r. do 31 grudnia 2009 r., co zostało uregulowane prawnie w ustawie horyzontalnej oraz rozporządzeniu ministra gospodarki. Przepisy te szczegółowo określały sposób ekspozycji cen w punktach detalicznych i usługowych, również w zależności od profilu prowadzonej działalności. Ze względu na wyjątki od przyjętej ogólnej zasady prezentowania cen (np. ceny jednostkowe za media, paliwa na stacjach benzynowych były podawane z dokładnością do 4 miejsc po przecinku) pojawiały się błędy spowodowane niewłaściwą interpretacją przepisów. W celu ugruntowania i propagowania wiedzy w tym zakresie słowackie Ministerstwo Gospodarki opracowało szereg informacji w postaci publikacji zwartej, dostępnej na stronie internetowej.

Inspektorzy Słowackiej Inspekcji Handlowej prowadzili kontrole mające na celu wykrycie nieprawidłowości w zakresie przeliczania cen, czy też brak ich podwójnej ekspozycji. Działalność

inspekcji handlowej była wspierana przez obywateli, w tym m.in. emerytów, którzy monitorowali poziom cen w trakcie codziennych zakupów i raportowali ewentualne nieprawidłowości do Związku Emerytów. Uchwalono także regulacje prawne, które wprowadzały karę grzywny wobec przedsiębiorców, którzy nie stosowali się do obowiązujących zaleceń w w/w zakresie.

Zgodnie z rekomendacjami Komisji Europejskiej, na Słowacji, podobnie jak na Malcie, prowadzone były działania na rzecz zapobiegania nieuzasadnionemu wzrostowi cen, wynikającemu z wymiany waluty. W tym zakresie podjęto działania na rzecz zawierania porozumień o uczciwym przeliczaniu cen.

Jednym z narzędzi użytym na terytorium Republiki Słowacji w celu zwiększenia poziomu zaufania konsumentów do zmiany waluty, zwłaszcza w zakresie nieuzasadnionego wzrostu cen był „Kodeks Etyczny Dla Celów Wprowadzenia Euro” (ang. *Ethical Code For The Euro Introduction*) przygotowany przez Pełnomocnika Rządu Republiki Słowackiej ds. Wprowadzenia Euro we współpracy ze Słowackim Związkiem Przedsiębiorców<sup>5</sup>.

Sygnatariusze tego porozumienia dobrowolnie zobowiązywali się do nienadużywania zmiany waluty dla nieuprawnionych podwyżek cen oraz wypełniania innych obowiązków, takich jak zachowanie transparentności przy wycenianiu towarów, przekazywanie konsumentom informacji na temat zmiany waluty oraz do dochowania wszelkich starań do tego, aby zachować płynność w wymianie gotówki.

Adresatami inicjatywy słowackiego „Kodeksu Etycznego” byli przede wszystkim przedsiębiorcy prowadzący placówki handlowe, inni przedsiębiorcy, jak również lokalne władze oraz organizacje *non-profit*. Obowiązujący na terytorium Republiki Słowacji „Kodeks Etyczny Dla Celów Wprowadzenia Euro” brzmiał następująco<sup>6</sup>:

*„Wprowadzenie euro w Słowacji wywołało zmiany, które wymagają odpowiedniego przygotowania. Aby proces zmiany waluty był zakończony pomyślnie, ważne było stworzenie atmosfery zaufania i wymiany informacji pomiędzy instytucjami publicznymi, przedsiębiorcami oraz konsumentami. Z tego powodu, Pełnomocnik Rządu ds. Wprowadzenia Euro w Republice Słowacji oraz Słowacki Związek Przedsiębiorców przygotowały wspólnie niniejszy Kodeks Etyki.*

*My, sygnatariusze niniejszego Kodeksu działający na terytorium Republiki Słowacji deklarujemy oraz składamy zapewnienie, do tego, aby:*

- *Utrzymać uczciwość, przestrzeganie zasad, równość, transparentność oraz solidarność;*
- *Działanie zgodnie z prawem uznajemy jako sprawę oczywistą i nieuniknioną;*
- *Szanujemy zasady etycznego postępowania, składające się na te główne reguły, którymi posługujemy się w naszych codziennych czynnościach bez względu na to, czy są to działania wykonywane w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, czy w innych sytuacjach;*

---

<sup>5</sup> Z niektórych źródeł wynika, że autorami „Ethical Code For The Euro Introduction” byli sami przedsiębiorcy – patrz: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Piąte sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro, KOM(2007)434 wersja ostateczna.

<sup>6</sup> Tekst Code of Ethics For The Euro Changeover zamieszczony został na stronie internetowej: <http://www.euromena.sk/entrepreneurs-and-euro/9406s>. Tłumaczenie może nie stanowić wiernego odzwierciedlenia tekstu pierwotnego.

- *Dbamy o utrzymywanie dobrych stosunków z opinią publiczną, konsumentami oraz z naszą społecznością jako całością, dlatego zdajemy sobie sprawę, że głos środowiska przedsiębiorców jest również istotny do osiągnięcia przez nas sukcesu;*
- *Wierzymy, że udane wdrożenie waluty euro przyczyni się do przyspieszenia wzrostu i polepszenia konkurencyjności słowackiej gospodarki.*

*W celu ułatwienia przystosowania się naszych klientów do waluty euro oraz aby ułatwić im zaznajomienie się z nowym systemem walutowym, postanawiamy:*

- *Nie wykorzystywać procesu zamiany waluty na euro do tego, aby dokonywać nieuzasadnionych podwyżek cen oferowanych przez nas produktów i usług, ponieważ nasze ceny są uzależnione od popytu i podaży;*
- *Działać na rzecz zapewnienia, że nasi dostawcy i klienci działają w taki sam sposób i powstrzymają się od wykorzystywania procesu zamiany waluty na euro poprzez dokonywanie nieuzasadnionych podwyżek cen;*
- *Wdrożyć system podwójnej ekspozycji cen najszybciej jak to tylko będzie możliwe, zaraz po opublikowaniu właściwego kursu konwersji przez Narodowy Bank Słowacji;*
- *Przeliczyć ceny oznaczone w walucie narodowej na ceny w euro zachowując największy stopień zgodności i precyzji;*
- *Prezentować – w czytelny sposób – oficjalny kurs wymiany w naszych sklepach i innych punktach sprzedaży;*
- *Stworzyć naszym klientom warunki do tego, aby w łatwy sposób byli w stanie porównać ceny naszych towarów i usług;*
- *Zaangażować się w nieformalne działania edukacyjne zmierzające do wyjaśnienia naszym konsumentom zmian, jakich mogą się spodziewać w kontekście wprowadzenia euro oraz zwrócenia im uwagi na kwestie, którym powinni poświęcać szczególną uwagę podczas zakupów;*
- *Umieszczać podwójne oznaczenie cen, zgodnie z kursem konwersji, bezpośrednio obok towarów i usług przedstawionych w naszych ulotkach reklamowych;*
- *Zapewniać naszym sklepom oraz w innych punktach sprzedaży wystarczającą dostawę właściwych banknotów euro i monet w celu ułatwienia szybkiego i efektywnego zastąpienia waluty podczas okresu podwójnego obiegu.*

*Przyjmujemy przedstawioną powyżej listę zobowiązań dobrowolnie, mając na celu wsparcie procesu integracji Republiki Słowacji, w tym kampanię 'Liczy się każdy cent'."*

W zamian za podpisanie przytoczonego powyżej porozumienia, przedsiębiorcy otrzymywali możliwość posługiwania się logo, wykorzystywanego głównie do celów reklamowych.

**Rysunek 2: Logo sygnatariuszy „Kodeksu Etycznego Dla Celów Wprowadzenia Euro” w Słowacji**



Źródło: [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

W przypadku nieprzestrzegania porozumienia przez jego sygnatariuszy obywatele mogli wnieść skargę do urzędu Pełnomocnika Rządu Republiki Słowackiej ds. Wprowadzenia Euro, który rozpatrywał skargi i zwracał się o skorygowanie sytuacji. Sygnatariusze nieprzestrzegający przyjętych zobowiązań mogli utracić prawo do posługiwania się logo, a ich nazwa mogła zostać umieszczona na „czarnej liście” stowarzyszenia konsumentów słowackich.

„Kodeks Etyczny” był promowany w ramach kampanii informacyjnej zorganizowanej w związku z wprowadzeniem euro. Na pierwszy kwartał 2008 r. zaplanowano intensywną komunikację z sektorem gospodarczym, zwłaszcza z przedstawicielami sprzedawców detalicznych i usługodawcami również po to, aby nawoływać ich do przystępowania do tego porozumienia. W drugim kwartale zintensyfikowano działania promocyjne „Kodeksu Etycznego”.

Logo świadczące o przestrzeganiu kodeksu umieszczono w około 16 tys. placówek, takich jak sklepy, punkty usługowe oraz organy administracji lokalnej i regionalnej<sup>7</sup>. Logo zostało zaprezentowane opinii publicznej w specjalnym spocie telewizyjnym.

Przygotowaniami przedsiębiorców do wprowadzenia euro w Słowacji zajmował się powołany w tym celu Komitet roboczy ds. sektora niefinansowego i ochrony konsumentów pod przewodnictwem Ministerstwa Gospodarki. W skład Komitetu (Zespołu Roboczego) wchodził przedstawiciele Biura Rządu Republiki Słowackiej, Ministerstwa Środowiska, Ministerstwa Zdrowia, Ministerstwa Rolnictwa, Weterynarii i Żywności, Ministerstwa Sprawiedliwości, NBS, Słowackiej Izby Rolnictwa i Żywności, Słowackiego Stowarzyszenia Handlowców, Federacji Stowarzyszeń Pracodawców, Słowackiej Izby Handlu i Przemysłu, Urzędu Antymonopolowego, Słowackiej Inspekcji Handlowej, organizacji ds. ochrony konsumenta, Unii Miast Słowacji).

Podjęte przez Słowację działania dostosowawcze, m.in. w zakresie dostosowania bankomatów i terminali płatniczych do euro od dnia wprowadzenia nowej waluty, wydawania reszty w nowej walucie czy wydłużenia godzin pracy banków w okresie wprowadzania euro były zgodne z zaleceniami Komisji Europejskiej z dnia 10 stycznia 2008 r.. Ponadto w raportach z 2007 i 2008 r. Komisja rekomendowała w odniesieniu do Słowacji uszczegółowienie krajowego planu wprowadzenia euro w zakresie zaopatrywania podmiotów w gotówkę euro oraz strategii komunikacyjnej, a także udostępnienie społeczeństwu, a następnie zwiększenie liczby zestawów startowych monet euro. Inne postulaty Komisji odnosiły się m.in. do: poprawy efektywności struktury koordynującej wprowadzanie euro, wzmocnienia wysiłków na rzecz zwiększenia poziomu zamówień dokonywanych w ramach zaopatrzenia pierwotnego i wtórnego, promowania kodeksu etycznego wśród przedsiębiorców, zwiększenia poziomu informacji wśród klientów sektora bankowego oraz przedsiębiorców.

---

<sup>7</sup> Źródło: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego, Komitetu Regionów i Europejskiego Banku Centralnego. Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. KOM (2008) 843 wersja ostateczna.

### 3. SŁOWENIA

Słowenia przystąpiła do strefy euro 1 stycznia 2007 r. Podobnie jak na Malcie i Słowacji został wprowadzony obowiązek podwójnej ekspozycji cen, który obowiązywał od 1 marca 2006 r. do 30 czerwca 2007 r. Przepisy w tym zakresie zostały zawarte w ustawie z listopada 2005 r. Według przyjętej ustawy przedsiębiorcy byli zobowiązani do informowania o cenach swoich produktów w dwóch walutach (w tolarach i euro). Do dnia wprowadzenia nowej waluty do obiegu euro miało funkcję informacyjną. Począwszy od dnia 1 stycznia 2007 r. wspólna waluta stała się obowiązującą przy podawaniu cen, a dotychczasowa waluta narodowa przyjęła charakter informacyjny. Podawanie wartości pieniężnych w dwóch walutach na dokumentach księgowych (faktury, paragony) dotyczyło wyłącznie sumy transakcyjnej, którą klient był zobowiązany zapłacić, a nie poszczególnych składowych dokumentu. W przypadku części produktów oraz specyficznych profili działalności przedsiębiorców zastosowano uproszczone zasady podwójnej ekspozycji cen. Polegały one głównie na prezentowaniu list cen wraz z tabelami konwersji w widocznym dla klienta miejscu, zamiast ometkowywania produktów cenami w obydwu walutach. Dotyczyło to m.in.: automatów wrzutowych, rolników sprzedających swoje produkty w formie detalicznej, mikroprzedsiębiorców, znaków pocztowych.

W Słowenii powstały dwie różne inicjatywy w zakresie rzetelnych praktyk cenowych. Były nimi kodeks dobrych praktyk przyjęty w sektorze prywatnym oraz zobowiązanie do niepodnoszenia opłat, przyjęte przez sektor państwowy. Obydwie inicjatywy powstały dopiero w grudniu 2006 r. Inicjatywy w zakresie rzetelnych praktyk cenowych nie dotyczyły sektora bankowego.

Kodeks dobrych praktyk cenowych w sektorze prywatnym w Słowenii był inicjatywą organizacji przedsiębiorców: Izby Handlowej (organizacji zrzeszającej głównie sprzedawców detalicznych), Izby Handlu i Przemysłu oraz Izby Rzemiosła. Podmioty te angażowały się również w promowanie tej inicjatywy oraz wzywały przedsiębiorców do przystępowania do Kodeksu. Kodeks został ogłoszony w dniu 5 grudnia 2006 r., a przedsiębiorcy mieli czas na jego podpisanie do końca grudnia 2006 r.

W treści kodeksu wskazywano, że przejście na euro powinno prowadzić do wypracowania odpowiedzialnych i przyjaznych zachowań względem konsumentów, co przyczyni się do wzrostu ich zaufania do procesu wymiany waluty. Aby stać się sygnatariuszem kodeksu należało wypełnić odpowiedni formularz oraz przesłać go faksem do Słoweńskiej Izby Handlowej. Składając podpis, przedsiębiorcy przyjmowali na siebie tylko jedno zobowiązanie, zgodnie z którym przejście na euro nie spowoduje wzrostu cen oferowanych produktów lub usług. Podkreślano jednocześnie, że nie jest to zobowiązanie prowadzące do zamrożenia cen bez względu na wszystkie inne czynniki gospodarcze. Istotą podejmowanego zobowiązania było bowiem to, aby nie wykorzystywać przejścia na euro do podnoszenia cen produktów lub usług. Niezależnie od tego wskazywano, że Kodeks jest jedynie uzupełniającym narzędziem w stosunku do powszechnie obowiązujących przepisów.

Do 21 grudnia 2006 r. liczba sygnatariuszy kodeksu sięgała 410 przedsiębiorców, włączając w to niektóre duże sieci handlowe. Wszystkie te podmioty otrzymały zaświadczenie, którym mogły się posługiwać w reklamie kierowanej do konsumentów. Lista przedsiębiorców, którzy podpisali kodeks była publikowana na stronie internetowej Słoweńskiej Izby Gospodarczej.

Głównym problemem związanym z rzetelnym wywiązywaniem się z przyjętych zobowiązań było niezaangażowanie w tę inicjatywę dostawców współpracujących ze sprzedawcami detalicznymi będącymi sygnatariuszami kodeksu. To bowiem od dostawców (pośredników) głównie zależą ceny oferowane przez małych, detalicznych sprzedawców. Tymczasem zaczęli oni podnosić ceny już na przełomie listopada i grudnia 2006 r.

Zobowiązanie sektora państwowego do niepodnoszenia opłat zawarte zostało w dniu 7 grudnia 2006 r. oraz dotyczyło wszystkich ministerstw oraz samorządowych i lokalnych jednostek administracyjnych. Zawarto w nim także zalecenia do niepodnoszenia opłat dla sądów, władz lokalnych, innych instytucji publicznych oraz osób prawnych, będących częściowo lub w dużej części własnością państwa.

Sektor rządowy w sposób należyty realizował przyjęte zobowiązanie. Jednak wśród władz lokalnych lub osób prawnych należących w części do państwa, odnotowano przypadki naruszeń, do których należało podniesienie opłat parkingowych w kilku gminach oraz zwiększenie cen usług pocztowych.

Oceniając opisane powyżej inicjatywy w zakresie rzetelnych praktyk cenowych należy stwierdzić, że do ich stworzenia doszło niewątpliwie zbyt późno. Rząd Republiki Słowenii wypracował inne narzędzia prowadzące do niepodnoszenia cen w związku z przejściem na euro – szczegółowe przepisy w zakresie podwójnej ekspozycji cen oraz mechanizmy dwutorowego monitoringu cen. W opinii zarówno sektora państwowego, jak i prywatnego były to środki wystarczające do powstrzymania wzrostu cen w związku z przejściem na euro.

Na stworzenie kodeksów dobrych praktyk w grudniu 2006 r. miało wpływ wiele czynników, zwłaszcza presja Komisji Europejskiej, która wskazując, że Słowenia jest generalnie dobrze przygotowana do przyjęcia nowej waluty, to jednak powinna stworzyć mechanizmy służące wzmocnieniu zaufania konsumentów. Wskazywano, że potrzebne jest w szczególności zawarcie przez konsumentów i przedstawicieli handlu detalicznego porozumień o rzetelnych praktykach cenowych w okresie przejściowym, w których handlowcy powinni zobowiązać się do przeprowadzenia operacji w sposób uczciwy oraz do niewykorzystywania jej jako okazji do ukrytych lub nieprzejrzystych podwyżek cen.

W ramach ułatwień przy wprowadzaniu nowej waluty do obrotu gotówkowego przewidziano dystrybucję zestawów startowych dla przedsiębiorstw. Standardowy zestaw miał wartość 201 euro. Przedsiębiorcy odpowiedzieli zapotrzebowaniem jedynie w ok. 25% w stosunku do całkowitej ilości uprzednio przygotowanych standardowych zestawów. W dużej części sprzedawcy zaopatrzyli się indywidualnie w bankach komercyjnych według własnych preferencji.

#### **4. CYPR**

Cypr, podobnie jak Malta, przystąpił do Unii Gospodarczej i Walutowej 1 stycznia 2008 r. Monitorowanie stopnia przygotowań sektora przedsiębiorstw niefinansowych było prowadzone przy udziale konfederacji i zrzeszeń pracodawców. Ze względu na swój specyficzny charakter gospodarki, opartej głównie na turystyce, władze Cypru skierowały główny zakres działań w zakresie przedsiębiorstw

niefinansowych w ten właśnie sektor. Z uwagi na oczekiwaną zwiększoną transparentność konkurencji cenowej cypryjskiego sektora turystycznego po wprowadzeniu wspólnej waluty, dodatkowy nacisk został położony na ochronę konsumentów przed nieuczciwymi praktykami przeliczania cen w wyniku zamiany waluty.

Na Cyprze opracowano i wdrożono *Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych* (ang. *The Fair Pricing Code*), który funkcjonował w okresie od 10 lipca 2007 r. do 10 lipca 2008 r. Celem jego było promowanie uczciwego ustalania cen i zapewnienia ich przejrzystości, co miało sprzyjać lepszej obsłudze klienta. Porozumienie zostało przygotowane przez rząd Republiki Cypryjskiej w ścisłej współpracy z organizacjami pracodawców, stowarzyszeniami konsumentów i innymi zainteresowanymi podmiotami. W czasie prac nad przygotowaniem tego porozumienia rząd przekonywał, że dąży do wzmocnienia współpracy z przedsiębiorstwami w zakresie wymiany waluty narodowej na euro. Wzięto pod uwagę doświadczenia innych krajów, które przyjęły euro wcześniej, jak również doświadczenia w tworzeniu i promowaniu podobnej inicjatywy na Malcie. Wskazywano, że przystąpienie do porozumienia wpłynie pozytywnie przede wszystkim na poprawę wizerunku przedsiębiorców, którzy samodzielnie podjęli zobowiązania się do przestrzegania uczciwych praktyk cenowych.

W ramach *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* przedsiębiorcy zobowiązywali się do:

1. Podwójnej ekspozycji cen zgodnej z zasadami wskazanymi w ustawie regulującej kwestie związane z przyjęciem euro oraz płynnym przejściem z funta cypryjskiego na euro;
2. Rozliczania cen towarów i usług w odpowiedni sposób bez spekulacji przy przeliczaniu funta do euro;
3. Unikania nieuzasadnionych zmian cen towarów i usług przy przeliczaniu cen z funta na euro;
4. Dostarczania niezbędnych informacji dla konsumentów w celu porównania cen towarów po przeliczeniu ich na euro;
5. Przeprowadzenia odpowiednich szkoleń pracowników;
6. Zamieszczenia logo przekazanego przez Euro-observatorium przy wejściu do sklepu (siedziby przedsiębiorstwa) i przy kasie sklepu, w celu poinformowania konsumentów, że przedsiębiorca jest sygnatariuszem porozumienia.<sup>8</sup>

*Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych* mógł być przyjęty w sposób dobrowolny poprzez wypełnienie formularza zgłoszenia i przekazanie go do Euro-observatorium, funkcjonującego w danej prowincji najpóźniej do dnia 10 października 2007 r. W celu uzyskania przez konsumentów przejrzystej informacji na temat sygnatariuszy porozumienia, Ministerstwo Finansów opublikowało listę

---

<sup>8</sup> Zobowiązania *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* odtworzone na podstawie ulotki zamieszczonej na stronie <http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/09CA1C8F22463ECDC225739F0029B2E7?OpenDocument>. Tekst nie stanowi wierniej kopii tekstu oryginalnego.



przedsiębiorców, którzy podpisali porozumienie na cypryjskiej stronie internetowej poświęconej euro oraz w dzienniku urzędowym.

Sygnatariusze porozumienia zostali uprawnieni do używania logo, którego umieszczenie w miejscu widocznym przy wejściu do sklepu lub siedziby przedsiębiorcy stanowiło element reklamowy, będący dla konsumentów sygnałem, że podmiot, który się nim posługuje, nie stosuje nierzetelnych praktyk cenowych.

**Rysunek 3: Logo sygnatariuszy Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych na Cyprze**



Źródło: <http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/09CA1C8F22463ECDC225739F0029B2E7?OpenDocument>.

Euro-observatoria, utworzone na podstawie ustawy regulującej kwestie związane z przyjęciem euro oraz płynnym przejściem z funta cypryjskiego na euro, zostały uprawnione do monitorowania wprowadzenia euro, legalności transakcji oraz przejrzystości praktyk zawodowych. Euro-observatoria koordynowały przystępowanie do *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* oraz zajmowały się badaniem wszelkich przypadków potencjalnego naruszenia porozumienia z własnej inicjatywy lub w odpowiedzi na złożoną skargę. W przypadku oceny, że sygnatariusz porozumienia postępuje wbrew dobrowolnie przyjętym zobowiązaniom, w pierwszej kolejności otrzymywał odpowiednią informację (zalecenia). W przypadku braku podjęcia przez przedsiębiorcę środków naprawczych zgodnie z przekazanymi informacjami (zaleceniami), Euro-observatorium mogło odebrać uprawnienia do posługiwania się logo oraz podać decyzję do publicznej wiadomości w sposób uznany przez siebie za właściwy.

*Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych* był przedmiotem kampanii informacyjnej przygotowanej na potrzeby przyjęcia euro w Republice Cypryjskiej. Strategia Komunikacyjna była podzielona na cztery etapy:

- I etap przypadł na 2006 r.,
- II etap trwał od stycznia 2007 r. do dnia ustalenia nieodwołalnego kursu wymiany waluty,
- III etap – od ustalenia kursu wymiany do dnia wprowadzenia euro do obiegu gotówkowego,
- IV etap – od dnia wprowadzenia euro do upływu sześciu miesięcy od tej daty.

W ramach I etapu kampanii informacyjnej, rząd Republiki Cypryjskiej zapraszał przedsiębiorców do współpracy oraz do aktywnego uczestniczenia w rozmowach na temat zdefiniowania czym są rzetelne praktyki cenowe.

W ramach drugiej fazy strategii komunikacyjnej, realizowany był punkt wprost odnoszący się do aktywnego promowania *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* oraz innych zaplanowanych sposobów promowania uczciwych praktyk cenowych. Kampania kierowana była głównie do sprzedawców detalicznych w celu zachęcenia ich do stosowania prawidłowych standardów, w tym do prawidłowego przeliczania cen z funta cypryjskiego na euro. Promowano również dobre praktyki w zakresie podwójnej ekspozycji cen oraz rozpowszechniano nazwy przedsiębiorców, którzy już wtedy zdecydowali się przystąpić do tej inicjatywy. Niezależnie od promocji porozumienia, zachęcano przedsiębiorców do wymiany doświadczeń między sobą.

Działania promocyjne skierowane do przedsiębiorców w celu nakłonienia ich do podpisywania *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* zostały zintensyfikowane w trzecim etapie kampanii informacyjnej.

W ramach kampanii prowadzonej po wprowadzeniu euro (etap IV), kierowano do konsumentów informacje o tym, że można obdarzyć największym zaufaniem tych przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do przestrzegania zobowiązań zawartych w porozumieniu. Konsumenty uzyskiwali również informacje na temat przypadków niewywiązywania się z przyjętych obowiązków.

Kampania informacyjna okazała się skutecznym narzędziem w dotarciu do przedsiębiorców oraz rozpowszechnienia wśród nich idei rzetelnych praktyk cenowych. Promowanie porozumienia było prowadzone intensywnie, do czego namawiała Komisja Europejska. Materiały promocyjne dotyczące *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* oraz podawania podwójnych cen (plakaty, ulotki, itp.) rozprowadzono wśród wszystkich przedsiębiorców. *Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych* został podpisany przez 7 579 przedsiębiorców<sup>9</sup>, obejmujących w szczególności większych detalistów i banki. Komisja Europejska oceniła, że ta inicjatywa doprowadziła do ograniczenia wzrostu cen przy okazji przeliczania cen z funtów cypryjskich na euro. Większość przypadków nierzetelności stwierdzono wśród podmiotów, które nie podjęły tego zobowiązania.

W przypadku gospodarki cypryjskiej przygotowania do wprowadzenia euro w tym kraju rozpoczęły się na przełomie 2004 i 2005 roku, kiedy to podjęto decyzję o potrzebie opracowania narodowego planu zamiany waluty. W listopadzie 2005 r. została podjęta decyzja o terminie przyjęcia euro, który ustalono na dzień 1 stycznia 2008 r. Większość działań zaczęła być wdrażana po zakończeniu prac nad planem, czyli od lipca 2006 r. – półtora roku przed wstąpieniem do strefy euro.

---

<sup>9</sup> Źródło: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Wprowadzenie euro na Cyprze i Malcie, KOM (2008) 204 wersja ostateczna. W Komunikacie Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Szóste sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro, KOM(2007) 756 wersja ostateczna podaje się, że do *Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych* przystąpiło około 7 130 przedsiębiorców.

## 5. ZALECENIA KE i EBC

Z rekomendacji Komisji Europejskiej i Europejskiego Banku Centralnego należy odnotować kilka uwag, które dotyczą inicjatyw mających na celu ochronę konsumentów przed nieuczciwymi praktykami cenowymi związanymi z wprowadzeniem euro dotyczących sektora przedsiębiorstw niefinansowych.

Okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen powinien rozpocząć się możliwie szybko po ustaleniu przez Radę ECOFIN nieodwołalnego kursu wymiany. Zgodnie ze wskazówkami Komisji Europejskiej, nie zaleca się podwójnej ekspozycji cen przed ustaleniem i podaniem ostatecznego kursu wymiany waluty narodowej na euro. Wiąże się to z możliwością błędnego informowania konsumentów, ponieważ przed uchynieniem derogacji kurs, czyli parytet centralny w ERM II, nie jest ostatecznym kursem konwersji, a więc może w późniejszym terminie ulec zmianie. Okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen powinien rozpocząć się jak najszybciej od daty ustalenia nieodwołalnego kursu wymiany i trwać minimalnie 6 miesięcy, a maksymalnie 1 rok po wprowadzeniu euro, co wiąże się z potrzebą szybkiego dostosowania percepcji konsumentów do cen w nowej walucie.

Komisja Europejska zaleca propagowanie i wdrażanie działań na rzecz uczciwego przeliczania cen, tzn. takiego który nie miałby wpływu na dotychczasowy poziom cen. Do nich można zaliczyć m.in. podwójną ekspozycję cen oraz porozumienia z przedsiębiorcami, czyli inicjatywy na rzecz uczciwego przeliczania cen. W opinii Komisji Europejskiej, zobowiązanie do uczciwych praktyk cenowych może przyjąć formę porozumienia lub kodeksu postępowania (w Polsce znany jako kodeks dobrych praktyk będący przejawem samoregulacji przedsiębiorców) i powinno być sygnowane przez reprezentatywne organizacje handlowców i konsumentów, na szczeblu krajowym lub branżowym. Przystąpienie do takiej inicjatywy jest pożądane zwłaszcza przez indywidualnych handlowców. W celu zagwarantowania wiarygodności porozumień i zapobiegania nadużyciom cenowym, w okresie przejściowym powinien funkcjonować niezależny nadzór nad cenami. Ewidentne przypadki naruszeń powinny być podawane do wiadomości publicznej. Należy pamiętać, że uczciwe praktyki cenowe nie oznaczają zamrożenia cen. Celem nie jest także stworzenie sztywnego systemu zobowiązań prawnych połączonego z administracyjnymi środkami ich egzekwowania.<sup>10</sup>

W ramach wprowadzania gospodarki do strefy euro, do zadań administracji państwowej powinno należeć precyzyjne informowanie przedsiębiorców na temat harmonogramu integracji z Unią Gospodarczą i Walutową. Akcja informacyjna powinna również objąć przedsiębiorstwa niefinansowe (zwłaszcza sektor małych i średnich przedsiębiorstw) w zakresie zmian w regulacjach prawnych, podatkowych oraz księgowo-finansowych.

---

<sup>10</sup> Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Czwarte sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. KOM (2006) 671 wersja ostateczna.

## PODSUMOWANIE

Dokonany przegląd doświadczeń krajów, które przystąpiły w ostatnim czasie do UGW pozwolił przedstawić główne działania, jakie zostały podjęte w ramach sektora przedsiębiorstw niefinansowych w procesie zapobiegania nieuczciwym praktykom cenowym związanym z zamianą waluty. Można je przedstawić następująco.

Działania na rzecz uczciwego przeliczania cen dotyczą zachęcania przedsiębiorców do podejmowania przez nich w sposób dobrowolny zobowiązań do niepodnoszenia cen oraz do ich rzetelnego przeliczania z waluty narodowej na euro. Trzy z czterech opisanych powyżej państw, realizując te zalecenia, wypracowało porozumienia zawierane pomiędzy organem państwowym (Euro-observatoria na Malcie i Cyprze, Pełnomocnik ds. Wprowadzenia Euro w Słowacji) z przedsiębiorcami. Analiza doświadczeń słoweńskich wskazuje na to, że zobowiązanie do niepodnoszenia cen w toku procesu zamiany waluty było podjęte w formie znanemu polskiemu porządkowi prawnemu kodeksowi dobrych praktyk, przygotowanemu przez organizację przedsiębiorców.

Określenie harmonogramu podwójnej ekspozycji cen i dalszy monitoring tego procesu. Doświadczenia każdego z opisanych powyżej krajów przyjmujących walutę euro wskazują, że niezbędne jest wypracowanie takich narzędzi, które pozwolą uniknąć lub chociaż zminimalizować zjawisko nieuzasadnionego podnoszenia cen w związku z przeliczaniem cen w walutach narodowych na ceny w euro. Jak pokazują doświadczenia państw członkowskich strefy euro, mechanizmami pomocnymi w tym zakresie są przede wszystkim system podwójnej ekspozycji cen oraz ich monitoring.

Powyższe działania, których adresatem był sektor przedsiębiorstw niefinansowych, były głównie wdrażane bezpośrednio przez administrację państwową, m.in. przez właściwe ministerstwa finansów, banki centralne, ministerstwa gospodarki oraz agencje rządowe. Często przyjmowały one formę skoordynowanych prac. Podsumowując warto również nadmienić, że we wszystkich analizowanych przypadkach, znaczący wpływ na powodzenie wdrażanych prac miał fakt znajomości scenariusza oraz samej daty planowanego wstąpienia do strefy euro. To niewątpliwie umożliwiło prowadzenie skutecznych i wiarygodnych działań w zakresie właściwego dostosowania przedsiębiorców do zastąpienia waluty narodowej na euro w obszarze działalności gospodarczej.

## LITERATURA

- Bednarek–Sekunda E., Witkowski D., 2010, *Przygotowanie sektora przedsiębiorstw niefinansowych do wprowadzenia euro*, „Europracowania”, Nr 3/2010, Ministerstwo Finansów.
- Europejski Bank Centralny, 2006, *Wytyczne Europejskiego Banku Centralnego z dnia 14 lipca 2006 r. w sprawie niektórych przygotowań do wymiany pieniądza gotówkowego związanych z wprowadzeniem waluty euro oraz w sprawie zaopatrzenia wstępного i zaopatrzenia wtórnego w banknoty i monety euro podmiotów poza strefą euro*, EBC/2006/9.
- Europejski Bank Centralny, 2008, *Wytyczne Europejskiego Banku Centralnego z dnia 19 czerwca 2008 r. zmieniające wytyczne EBC/2006/9 w sprawie niektórych przygotowań do wymiany pieniądza gotówkowego związanych z wprowadzeniem waluty euro oraz w sprawie zaopatrzenia wstępного i zaopatrzenia wtórnego w banknoty i monety euro podmiotów poza strefą euro*, EBC/2008/4.
- Komisja Europejska, 2005, *Fit for the Euro! A guide for small and medium-sized enterprises*.
- Komisja Europejska, 2008, *Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Wprowadzenie euro na Cyprze i Malcie*, KOM(2008) 204 wersja ostateczna.
- Komisja Europejska, 2008, *Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro*, KOM(2008) 843 wersja ostateczna.
- Komisja Europejska, 2008, *Preparing the introduction of the euro – a short handbook*.
- Komisja Europejska, 2008, *The euro: ready for business. Preparing your company to work in euro*.
- Komisja Europejska, 2008, *Zalecenie Komisji z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczące środków ułatwiających przyszłe przejście na euro*, 2008/78/WE.
- Komisja Europejska, 2009, *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Wprowadzenie euro na Słowacji*, KOM(2009) 178 wersja ostateczna.
- Legal Notice 4/2007, *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations*, Malta
- Masterplan for the Euro Changeover*, 2005, Słowenia.
- National Changeover Plan From The Pound To The Euro*, 2007, Cypr.
- National Euro Changeover Committee, 2006, *Fair-pricing Agreements In Retailing (FAIR). Handbook of best practice*, Malta, NECC/0008/06.
- National Euro Changeover Committee, 2006, *Guidelines for the conversion of past data related to the euro changeover process*, Malta, NECC/0002/06.
- National Euro Changeover Committee, 2006, *Guidelines for the filing of statutory financial returns and/or declarations*, Malta, NECC/0009/06.
- National Euro Changeover Committee, 2006, *Guidelines on the conversion of company share capital from Maltese lira into euro*, Malta, NECC/0006/2006.
- National Euro Changeover Committee, 2006, *Guidelines on the redenomination and renominatisation of Maltese lira denominated listed financial instruments converted into euro*, Malta, NECC/0007/06.
- National Euro Changeover Committee, 2007, *Final Masterplan for the Euro Changeover in Malta*, Malta.
- National Euro Changeover Plan for the Slovak Republic*, 2008, Słowacja.