



euro w
POLSCE

BIURO PEŁNOMOCNIKA RZĄDU
DS. WPROWADZENIA EURO
PRZEZ RZECZPOSPOLITĄ POLSKĄ

Nr 8/2011
lipiec 2011

€UROOPRACOWANIA



Zespół Roboczy ds. Ochrony Konsumentów

**Analizy działań podjętych w innych państwach
w związku z przyjęciem euro w zakresie:**

- nieuczciwych praktyk rynkowych
- podwójnej ekspozycji cen
- opracowania zasad monitorowania cen

PEŁNOMOCNIK RZĄDU
DS. WPROWADZENIA
EURO PRZEZ
RZECZPOSPOLITĄ
POLSKĄ

MINISTERSTWO FINANSÓW
RZECZPOSPOLITA POLSKA

BIURO.EURO@MOFNET.GOV.PL

Materiał Zespołu Roboczego do spraw Ochrony Konsumentów

Autorami rozdziałów 1, 2 oraz 4 są pracownicy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: Marta Fabiszewska, Magdalena Rusak, Katarzyna Śmiała, Jadwiga Teklak – Białek.

Autor rozdziału 3: Iwona Torzewska, Komisja Nadzoru Finansowego

Warszawa, styczeń 2011

GLÓWNE TEZY:

- W procesie wprowadzenia euro należy dążyć do zminimalizowania zjawiska nieuzasadnionego podnoszenia cen w związku z przeliczaniem cen wyrażonych w walutach narodowych na ceny w euro. Jak pokazują doświadczenia państw członkowskich strefy euro, mechanizmami pomocnymi w tym zakresie są przede wszystkim **obowiązek podwójnej ekspozycji cen, monitoring cen oraz zobowiązania przedsiębiorców do niepodnoszenia cen i do rzetelnego przeliczania cen.**
- **Obowiązkowa podwójna ekspozycja cen** w okresie przed i po wprowadzaniu wspólnej waluty do obiegu gotówkowego wraz z towarzyszącymi obostrzeniami w zakresie sposobu podawania cen, okresem późniejszego dobrowolnego stosowania oraz zakazem przedstawiania cen w wycofanej walucie jest rozwiązaniem służącym zwiększeniu transparentności cen oraz ułatwieniu konsumentom przejścia z waluty narodowej na euro. **Większa przejrzystość cen pozwala zredukować dezorientację konsumentów zmniejszając tym samym pole do nadużyć ze strony przedsiębiorców.** Stąd jest to rozwiązanie przyczyniające się do promowania konkurencji jako rozwiązania przeciwdziałającego nieuzasadnionemu podwyższaniu cen poprzez dostarczanie konsumentom informacji na temat wysokości cen po zastosowaniu oficjalnego kursu wymiany. Konsumentci, mogąc odnieść się do wysokości cen wyrażonych w walucie krajowej oraz do cen sprzed okresu obligatoryjnej zamiany środka płatniczego, mają możliwość porównywania cen oraz śledzenia ich zmian w czasie, co nie pozostaje bez wpływu na ich zachowania rynkowe, w szczególności wybór sprzedawcy.
- Należy przewidzieć **środki zapobiegające nieuzasadnionemu podnoszeniu cen.** Adekwatnie do postaw przedsiębiorców należy zaprojektować system bodźców negatywnych i pozytywnych oraz odpowiednio dobrać instrumenty. Część z nich, tak jak rozgłos medialny i nagłaśnianie uczciwych praktyk przeliczania cen, działa nie tylko jako bodziec pozytywny dla przedsiębiorców, ale również pozytywnie wpływa na percepcję procesów cenowych.
- Egzekwowanie ustawowych obowiązków w powyższym zakresie implikuje konieczność wypracowania metodologii **monitoringu**, w tym przeprowadzania kontroli oraz prowadzenia analiz cenowych. Aby zapobiegać ewentualnemu powstawaniu błędnego postrzegania inflacji w państwach strefy euro wnioski z monitoringu oraz informacje na temat zmian cen w okresie wprowadzania euro powinny być publikowane. Kontrole i analizy cenowe przeprowadzane w państwach członkowskich, które dotychczas przyjęły euro dotyczyły głównie tych sektorów, gdzie nieuzasadnione podnoszenie cen związane z zamianą waluty krajowej na euro było najbardziej prawdopodobne. Jednocześnie, w krajach przyjmujących euro, w ramach analiz cenowych, śledzone zmiany cen porównywano z długoterminowymi trendami cenowymi oraz cenami tych samych produktów u różnych sprzedawców. Zmiany cen poddawano również analizie w szerszym kontekście (np. zmian cen na rynkach światowych).
- Bardzo ważnym środkiem ochrony konsumentów jest także podejmowanie w sposób dobrowolny **zobowiązań przedsiębiorców do niepodnoszenia cen oraz do rzetelnego przeliczania cen** z walut narodowych na euro. Trzy z czterech nowych państw członkowskich UE, które przyjęły euro w latach 2007-2009, realizując te zalecenia, wypracowało porozumienia zawierane pomiędzy organem państwowym (Euro-observatoria na Malcie i Cyprze, Pełnomocnik do spraw Wprowadzenia Euro w Słowacji) z przedsiębiorcami. W Słowenii zobowiązanie do niepodnoszenia cen w procesie wprowadzania euro było podjęte w formie kodeksu dobrych praktyk przygotowanego przez organizację przedsiębiorców. Z analizy doświadczeń państw strefy euro wynika, że **logo – znak kampanii na rzecz uczciwych praktyk cenowych** – w procesie wprowadzenia euro stanowiło jeden z kluczowych elementów tego typu inicjatyw oraz było wykorzystywane przez przedsiębiorców w celach reklamowych. Powodowało ono poprawę wizerunku przedsiębiorcy oraz stanowiło dla konsumentów wskazówkę, w jakich sklepach stosowane są rzetelne praktyki cenowe.

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

Spis treści

Informacje wstępne.....	7
1. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych związanych z wprowadzeniem euro, w szczególności analiza rozwiązań mających na celu zapewnienie ochrony przed nieuzasadnionym podnoszeniem cen	8
1.1. Zakaz nieuzasadnionego podnoszenia cen	8
1.2. Sankcje za nieuzasadnione podnoszenie cen oraz niewłaściwe zastosowanie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen.....	10
1.3. Sankcje reputacyjne.....	11
1.4. Dobrowolne zobowiązanie się przedsiębiorców do niepodnoszenia cen	12
1.4.1. Słowenia	14
1.4.2. Cypr.....	15
1.4.3. Malta	17
1.4.4. Słowacja.....	20
1.5. Inne rozwiązania	22
1.6. Podsumowanie	23
2. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad podwójnej ekspozycji cen w walucie narodowej i euro	31
2.1. Austria.....	31
2.2. Niemcy.....	36
2.3. Słowenia	38
2.4. Cypr.....	41
2.5. Malta	43
2.6. Słowacja.....	52
2.7. Podsumowanie	56
3. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad podwójnej ekspozycji cen w walucie narodowej i w euro przez instytucje finansowe	62
3.1. Słowacja.....	62
3.2. Pozostałe kraje	64
3.3. Podsumowanie	65

4. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad monitorowania cen.....	67
4.1. Austria.....	67
4.2. Słowenia	69
4.3. Cypr.....	69
4.4. Malta	71
4.5. Słowacja.....	72
4.6. Podsumowanie	75
Bibliografia.....	78
Załącznik	82

Informacje wstępne

Daty wprowadzenia euro w poszczególnych państwach:

Austria	1 stycznia 1999 r. – do obiegu bezgotówkowego, 1 stycznia 2002 r. – do obiegu gotówkowego
Niemcy	1 stycznia 1999 r. – do obiegu bezgotówkowego, 1 stycznia 2002 r. – do obiegu gotówkowego
Słowenia	1 stycznia 2007 r.
Cypr	1 stycznia 2008 r.
Malta	1 stycznia 2008 r.
Słowacja	1 stycznia 2009 r.

Okres obowiązkowego podwójnego podawania cen:

Austria	1 października 2001 r. – 28 lutego 2002 r.
Niemcy	brak, nieobowiązkowe w okresie: 1 stycznia 1999 r. – 28 lutego 2002 r.*
Słowenia	1 marca 2006 r. – 30 czerwca 2007 r.
Cypr	1 września 2007 r. – 30 września 2008 r.
Malta	nie wcześniej niż 1 lipca 2007 r. – 30 czerwca 2008 r.
Słowacja	24 sierpnia 2008 r. – 31 grudnia 2009 r., dobrowolne (zalecane) do 30 czerwca 2010 r.

Kurs wymiany:

Austria	1€ = 13,7603 ATS	(przyjęty 31 grudnia 1998 r.)
Niemcy	1€ = 1,95583 DEM	(przyjęty 31 grudnia 1998 r.)
Słowenia	1€ = 239,640 SIT	(przyjęty 11 lipca 2006 r.)
Cypr	1€ = 0,585274 £	(przyjęty 10 lipca 2007 r.)
Malta	1€ = 0,429300 LM	(przyjęty 10 lipca 2007 r.)
Słowacja	1€ = 30,1260 SK	(przyjęty 8 lipca 2008 r.)

Okres podwójnego obiegu:

Austria	1 stycznia – 28 lutego 2002 r.
Niemcy	1 stycznia – 28 lutego 2002 r.**
Słowenia	1- 14 stycznia 2007 r. (reszta wydawana tylko w euro)
Cypr	1-31 stycznia 2008 r. (reszta wydawana tylko w euro)
Malta	1-31 stycznia 2008 r. (reszta wydawana tylko w euro)
Słowacja	1-16 stycznia 2009 r. (reszta wydawana tylko w euro)

* Do podwójnej ekspozycji cen w tym okresie zobowiązali się przedsiębiorcy, którzy przystąpili do *Dobrowolnego zobowiązania niemieckiego handlu detalicznego względem konsumentów w związku z wprowadzeniem euro*.

** Z prawnego punktu widzenia, w Niemczech nie przewidziano okresu podwójnego obiegu marki niemieckiej i euro. Dotychczasowa waluta niemiecka straciła status prawnego środka płatniczego o północy 31 grudnia 2001 r., a od stycznia 2002 r. jedynym prawnym środkiem stało się euro. Niemniej jednak w praktyce do 28 lutego 2002 r. można było używać dotychczasowych banknotów i monet. Umożliwiła to wspólna deklaracja centralnych zrzeszeń przedstawicieli sektora bankowego, handlu detalicznego oraz producentów automatów z października 1998 r. (Narodowy Bank Polski: Przebieg procesu wprowadzania banknotów i monet euro w państwach Unii Gospodarczej i Walutowej, 2003 r.).

1. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych związanych z wprowadzeniem euro, w szczególności analiza rozwiązań mających na celu zapewnienie ochrony przed nieuzasadnionym podnoszeniem cen

Na wstępie należy zauważyć, iż zarówno kraje pierwszej grupy przyjmującej euro, jak i nowe państwa członkowskie wchodzące do strefy euro zaangażowały się w działania mające na celu zapobieganie nieuzasadnionemu podnoszeniu cen. Działania te skierowane były zarówno do konsumentów, jak i przedsiębiorców.

Rozwiązania skierowane do konsumentów miały na celu zwiększenie ich świadomości i wrażliwości nawet na najmniejsze podwyżki cen, tak aby mogli oni w odpowiedzi na zachowania przedsiębiorców dostosować odpowiednio swoją konsumpcję. Rozwiązania te, zwiększając elastyczność cenową popytu, przesuwały popyt w kierunku zakupów u przedsiębiorców, którzy uczciwie przeliczali ceny. Zwiększając dodatkowo transparentność cen wspomagały one egzekwowanie prawidłowego ich przeliczania, jak również, poprzez zmniejszenie zagubienia konsumentów, czyniły proces zamiany waluty mniej atrakcyjnym dla nieuzasadnionego podnoszenia cen przez przedsiębiorców.

Natomiast rozwiązania skierowane do przedsiębiorców z jednej strony tworzyły środowisko prawne, w którym firmy były mniej skłonne do uznawania sytuacji zamiany waluty za okazję do osiągnięcia zysku, z drugiej miały na celu wprowadzenie systemu zachęt, który w sposób atrakcyjny dla przedsiębiorców nagradzałby uczciwe przeliczanie cen.

Takimi rozwiązaniami instytucjonalnymi skierowanymi do przedsiębiorców były:

1. zakaz nieuzasadnionego podnoszenia cen,
2. sankcje za nieuzasadnione podnoszenie cen oraz niewłaściwe zastosowanie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen (w tym sankcje reputacyjne tj. publikacja „czarnej listy” przedsiębiorców),
3. dobrowolne zobowiązanie się przedsiębiorców do niepodnoszenia cen,
4. podwójne podawanie cen, w okresie przed i po wprowadzeniu euro do obiegu gotówkowego,
5. monitoring przestrzegania wprowadzonych regulacji, kontrole oraz analizy cenowe,
6. inne rozwiązania.

Spośród wyżej wskazanych, podwójnemu podawaniu cen oraz opracowaniu zasad ich monitorowania przez inne państwa, poświęcono odrębne, zamieszczone poniżej analizy.

1.1. Zakaz nieuzasadnionego podnoszenia cen

Część z państw przyjmujących euro wprowadziła regulacje zakazujące nieuzasadnionego podnoszenia cen. Państwa te zdecydowały się na różne sposoby zdefiniowania zakazu.

W Austrii został wprowadzony zakaz „nieuzasadnionego ekonomicznie” podnoszenia cen. Zakaz ten miał działanie głównie psychologiczne, gdyż z prawnego punktu widzenia nie został on precyzyjnie określony. Ustawa w sprawie podawania cen w euro z dnia 22 lipca 1999 r. [*Euro-Währungsangabengesetz – EWAG* – dalej „Ustawa (EWAG)”]¹ mówiła, że wzrosty cen powyżej ekonomicznie uzasadnionego poziomu

¹ BGBl. I Nr. 10/1999

podczas okresu zamiany waluty nie były dozwolone.² Chociaż sam termin „ekonomicznie nieuzasadniony” nie został zdefiniowany, nie był to jednak kategoriyczny zakaz jakichkolwiek podwyżek cen. Ogólnikowy zapis miał z jednej strony zakazać wszelkich nadużyć cenowych, a z drugiej pozwolić firmom na elastyczne reagowanie na fluktuacje rynkowe. W ten sposób wzrosty cen spowodowane przyczynami wynikającymi ze specyfiki prowadzenia działalności gospodarczej, jak przykładowo wzrost cen surowców, podatków, opłat celnych czy wahania kursów walut, nie zostały objęte zakazem. W praktyce, pomimo przeprowadzonych kontroli przypadków, w których zachodziło podejrzenie nieuzasadnionego podnoszenia cen, nie zostały zastosowane sankcje karne, gdyż nie można było ustalić jednoznacznie przyczyn takiego wzrostu cen.³

W Słowenii nie został wprowadzony bezpośrednio zakaz podwyższania cen w związku z przejściem na euro. Jednakże w praktyce uznawano wzrost ceny w okresie wymiany waluty powyżej 5% za nadużycie.

Malta uregulowała nieuzasadnione ekonomicznie podnoszenie cen w postaci zakazu zaokrąglania cen w górę. Zaokrąglanie kwot było dopuszczalne gdy zaokrąglona kwota w euro była mniejsza od odpowiadającej jej kwoty w lirach maltańskich (LM) przed przeliczeniem. W wyjątkowych, uzasadnionych względami technicznymi, okolicznościach Euro-observatorium (specjalnie powołana instytucja) mogło udzielić zgody zainteresowanemu podmiotowi na dokonanie zaokrąglenia na warunkach określonych przez tą instytucję.⁴

Słowacja, w obawie przed scenariuszem słoweńskim oraz uwzględniając przestrogi Komisji Europejskiej, iż należy unikać administracyjnego „zamrożenia cen” oraz środków, które powodują zakłócenia mechanizmów rynkowych⁵, wprowadziła ustawowy zakaz przenoszenia kosztów dostosowań związanych z wprowadzeniem wspólnej waluty na konsumentów.⁶ Zgodnie z art. 23 słowackiej ustawy o wprowadzeniu euro, koszty dla przedsiębiorcy wynikające z zamiany waluty nie mogły stanowić powodu do podnoszenia cen, jak również pobierania dodatkowych opłat z tego tytułu. W ten sposób zakaz wliczania w ceny kosztów zamiany korony słowackiej na euro miał ograniczać pokusę nieuzasadnionego podnoszenia cen, jednocześnie nie odbierając całkowicie możliwości swobodnego ich ustalania przez przedsiębiorców.

W przypadku Cypru nie zidentyfikowano w ustawodawstwie zakazu nieuzasadnionego podnoszenia cen z powodu zamiany waluty krajowej na euro, co może wskazywać, iż na Cyprze zdecydowano się polegać na skuteczności pozostałych rozwiązań instytucjonalnych w zapobieganiu nieuzasadnionym podwyżkom cen w okresie zamiany waluty.

Słoweńskie i maltańskie sformułowania zakazu regulującego kwestię nieuzasadnionego podnoszenia cen spotkały się z zarzutami o ingerowanie w mechanizmy wolnorynkowe. Zwolennicy tego rozwiązania podkreślali jednak, iż nie zagrażało ono gospodarce rynkowej, a jego zastosowanie miało charakter jednorazowy i było usprawiedliwione „sytuacją nadzwyczajną” (jaką jest wymiana waluty narodowej na euro) oraz „dobrem wyższym” (jakim jest ochrona obywateli przed ewentualnym wzrostem cen w związku z wprowadzeniem euro). W Słowenii zastosowane środki administracyjne faktycznie opóźniły normalne wzrosty cen wynikające ze zmian na światowych rynkach i zaburzyły postrzeganie inflacji, gdyż na koniec

²§ 24 (2) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

³ Narodowy Bank Polski (2003): „Przebieg procesu wprowadzania banknotów i monet euro w państwach Unii Gospodarczej i Walutowej”, s. 48

⁴ Art. 4, *Euro Adoption Act, Smoothing of Monetary Amounts Regulations*, L.N. 369/2007.

⁵ Komisja Europejska (2008): Seventh report on the practical preparations for the future enlargement of the euro area, Komunikacja Komisji Europejskiej do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów i Europejskiego Banku Centralnego, COM(2008)480, str.8.

⁶ Art. 23, *Act on the Introduction of the Euro in the Slovak Republic*, Act No. 659/2007.

okresu zamrożenia (po sześciu miesiącach) nastąpił ich nieuchronny wzrost, który w normalnych warunkach rozłożyłby się na okres kilku miesięcy. Natomiast rozwiązania przyjęte na Malcie pozwoliły jej skutecznie uniknąć problemu ponadproporcjonalnego wzrostu postrzeganej inflacji (zjawisko iluzji euro).⁷

1.2. Sankcje za nieuzasadnione podnoszenie cen oraz niewłaściwe zastosowanie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen

W przypadku naruszenia lub niestosowania przepisów regulujących przeliczanie oraz ekspozycję cen, państwa przyjmujące euro wprowadziły sankcje. Stosowane były sankcje od presji na obniżenie niezasadnie podwyższonych cen (ostrzeżenia), przez podawanie do publicznej wiadomości nazw nierzetelnych podmiotów (tzw. czarna lista), aż po kary pieniężne czy karę pozbawiania wolności w najbardziej drastycznych przypadkach.

W Austrii wprowadzono sankcje za nieprzestrzeganie przepisów dotyczących podwójnej ekspozycji cen, np. karę grzywny.⁸ Kary finansowe za niewłaściwe zastosowanie nakazu podwójnego podawania cen kształtowały się tam na poziomie około 1 400 euro, natomiast za wygórowane ustalenie ceny w nowej walucie na poziomie ok. 7 000 euro. W przypadku uporczywego łamania wyżej wymienionych przepisów zastosowane mogły być kary w wysokości nawet ok. 14 000 euro.⁹ Ustawa wprowadziła także możliwość pociągnięcia do odpowiedzialności karnej z tytułu naruszenia jej przepisów prezesa (zarządcy) firmy.¹⁰

W Niemczech brak było regulacji w zakresie nieprzestrzegania przepisów dotyczących podwójnej ekspozycji cen, jak i nieuzasadnionego podnoszenia cen. Jak podkreśla się w literaturze przedmiotu, nie sam fakt braku regulacji ustawowej w powyższym zakresie odrywa kluczową rolę, ale efekt psychologiczny istnienia takich przepisów ma bardzo duże znaczenie. Wydaje się bowiem, iż zaobserwowane w Niemczech wzrosty cen, nawet w Austrii – mającej odpowiednie regulacje – nie skutkowałyby zastosowaniem sankcji. Jednakże bez względu na przyjęty sposób regulacji, Austria, w odróżnieniu od Niemiec, stworzyła otoczenie prawne (w tym obowiązek podwójnej ekspozycji cen oraz określenie sankcji za jego nieprzestrzeganie), które powstrzymywało przedsiębiorców od ustalania cen na poziomach jakie miały miejsce w Niemczech. Samo bowiem zagrożenie karą, nawet jeśli nieegzekwowane, przyniosło dyscyplinujący efekt¹¹. Dla podniesienia świadomości przedsiębiorców w zakresie omawianych kwestii i uzyskania ww. „efektu psychologicznego” istotna jest obecność w mediach problematyki dotyczącej podwójnej ekspozycji cen oraz zakazu nieuzasadnionego podnoszenia cen.

W Słowenii przewidziano kary finansowe za błędne przeliczanie oraz zaokrąglenie cen w wysokości od 2 000 euro do 25 000 euro zarówno dla osoby prawnej, jak i fizycznej.¹² W przypadku niewłaściwego zastosowania obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen kary kształtowały się na poziomie 200 000 SIT (834,59 euro¹³) dla osoby fizycznej i w wysokości 300 000 SIT (1 251,88 euro¹⁴) dla osoby prawnej oraz w

⁷ Narodowy Bank Polski (2009): *Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie unii gospodarczej i walutowej*, str.262.

⁸ § 23 (1-2) oraz § 27 *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹Eife T. (2006): *Price Setting Behaviour and Price Setting Regulations at the Euro Changeover*, Bank of Estonia Working Paper Series, str 19.

¹⁰ § 25 *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹¹ T. Eife: *Price setting behaviour and price setting regulations at the euro changeover*, 2005 r., University of Munich, str. 20 i n..

¹² Art.23, *Euro Adoption Act Slovenia* (ZUE), 2006, nr 450-05/06-7/4.

¹³ Przy nieodwołalnym kursie 1 EUR = 239,640 SIT.

¹⁴ Ibidem.

wysokości 100 000 SIT (417,29 euro¹⁵) dla osoby zajmującej kierownicze stanowisko odpowiedzialnej za naruszenie lub niezastosowanie regulacji.¹⁶

Na Cyprze, zgodnie z art. 23 ustawy w sprawie przyjęcia euro, każdy, kto naruszał którykolwiek z przepisów przedmiotowej ustawy lub rozporządzeń, zarządzeń lub instrukcji wydanych w związku z ustawą, podlegał karze administracyjnej w wysokości do stu tysięcy funtów (£100 000,00) w okresie poprzedzającym datę przyjęcia euro, lub do stu siedemdziesięciu tysięcy euro (€170 000,00) od daty przyjęcia euro oraz zgodnie z procedurami określonymi przez:

- Prezesa Banku Centralnego Cypru, jeżeli naruszającym przepisy jest bank,
- Komisarza Urzędu Nadzoru i Rozwoju Towarzystw Spółdzielczych, jeżeli naruszającym przepisy jest spółdzielcza instytucja kredytowa,
- Ministra Finansów we wszystkich pozostałych przypadkach.

Na Malcie kary za złamanie zakazu zaokrąglania cen w górę oraz niewłaściwe zastosowanie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen wynosiły 750 LM (1 747,03 euro¹⁷) oraz za każdy dzień utrzymywania nieprawidłowości po jej wykryciu 75 LM (174,70 euro¹⁸).¹⁹

Na Słowacji kary finansowe za niezastosowanie czy naruszenie przepisów i obowiązków wynikających z ustawy o wprowadzeniu euro oraz innych aktów wykonawczych wynosiły w przypadku osoby prawnej do 30 000 euro oraz w przypadku uporczywego łamania przepisów regulacji nawet do 60 000 euro, a dla osoby fizycznej odpowiednio od 1 500 euro do 3 000 euro w przypadku uporczywego łamania przepisów regulacji.²⁰ W skrajnych przypadkach przyjęta zmiana kodeksu karnego przewidywała możliwość skazania sprzedawców detalicznych dopuszczających się nadużyć w związku z przejściem na euro na karę pozbawienia wolności.²¹

1.3. Sankcje reputacyjne

Sankcje w postaci podawania do publicznej wiadomości nazw nierzetelnych podmiotów (tzw. „czarna lista”, „*naming and shaming*”) oraz nagłaśnianie postępowania przedsiębiorców w zakresie ustalania cen okazały się kontrowersyjne oraz nierzadko problematyczne. Prekursorem tego rodzaju regulacji była Austria, która wprowadziła możliwość publikacji przez ministra dokonującego kontroli jej wyników w Dzienniku Urzędowy do Wiener Zeitung lub w inny adekwatny sposób.²²

Publikację w środkach masowego przekazu „czarnej listy przedsiębiorców”, czyli nazwisk sprzedawców detalicznych, którzy w nieuzasadniony sposób podnieśli ceny w okresie zamiany waluty krajowej na euro zastosowały przykładowo Słowenia, gdzie projekt ten okazał się znaczącym sukcesem oraz Słowacja,

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Art.12, *Act On The Dual Display Of Prices In Tolars And Euros (ZDOCTE)*, 2005, nr 312-01/05-4/2.

¹⁷ Przy nieodwołalnym kursie 1 EUR = 0,429300 LM.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Reg 24, *Euro Adoption Act, Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations*, L.N. 4/2007.

²⁰ Art. 20, *Act on the Introduction of the Euro in the Slovak Republic*, Act No. 659/2007.

²¹ Komisja Europejska (2008): *Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro*, Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów i Europejskiego Banku Centralnego, SEC(2008) 3014, str.8.

²² § 20 (4) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

gdzie projekt ten był krytykowany ze względu na kontrowersje dotyczące metodologii oceny nieuczciwości zachowań przedsiębiorców i nie przyniósł oczekiwanych rezultatów.

Słoweńska Federacja Konsumentów bazując na monitoringu cen prowadzonym przez tę organizację oraz zawiadomieniach zgłaszanych przez konsumentów w grudniu 2006 r. wdrożyła przedmiotowy projekt „*naming and shaming*”. Federacja zachęcała społeczeństwo do zgłaszania zaobserwowanych przypadków znacznych podwyżek cen, na podstawie np. porównywania starych paragonów lub faktur w tolarach z nowymi w euro. Następnie, po uprzednim sprawdzeniu danego zgłoszenia, na liście na bieżąco publikowane były nazwy przedsiębiorstw, które podniosły ceny o 6% lub więcej. Ponadto lista taka zawierała wyjaśnienia dotyczące konkretnego przypadku podwyżki złożone przez przedsiębiorcę (o ile takie były dostępne). Na liście znajdowały się dwie grupy: pierwsza dotyczyła podwyżek cen o 6-10% („pomarańczowa lista”) ²³, druga grupa podwyżek obejmowała przypadki, gdzie wzrost przekroczył 10% („czarna lista”). Zgodnie z założeniami, taka polityka umożliwiała konsumentom niezwłocznie, a zarazem w prosty sposób wychwycić przypadki podwyżek cen. Tym samym projekt ten miał przyczynić się do ograniczenia ewentualnych nadużyć cenowych.

1.4. Dobrowolne zobowiązanie się przedsiębiorców do niepodnoszenia cen

Idea dobrowolnego zobowiązania przedsiębiorców do niepodnoszenia cen była odpowiedzią na obawy konsumentów w związku z wykorzystywaniem przez przedsiębiorców faktu zamiany waluty do nieuzasadnionego podwyższania cen. Początkowo w opinii Komisji Europejskiej ryzyko realnego nieuzasadnionego wzrostu cen przez przedsiębiorców było bardzo niskie (wręcz wirtualne)²⁴, a podstawowym mechanizmem mającym przeciwdziałać temu zjawisku, miała być podwójna ekspozycja cen. W 2001 r. Komisja Europejska uznała walkę z nieuzasadnionym podnoszeniem cen, jako jedną z 20 priorytetowych działań państw członkowskich w okresie wprowadzenia euro w formie walutowej²⁵.

Już w Zaleceniu z dnia 23 kwietnia 1998 r. na temat dialogu, monitoringu i informacji ułatwiających wprowadzenie euro²⁶ Komisja Europejska zachęcała państwa członkowskie do wspierania dialogu pomiędzy organizacjami konsumenckimi i organizacjami przedsiębiorców, których efektem mogłyby być porozumienia traktujące w szczególności o standardach dobrych praktyk w zakresie podwójnej ekspozycji cen oraz minimalnych standardach w odniesieniu do obowiązków informacyjnych przedsiębiorców w stosunku do konsumentów.

Po raz pierwszy do zawarcia takiego porozumienia doszło 30 czerwca 1998 r., które zostało odnowione i odpowiednio uaktualnione poprzez zawarcie w dniu 2 kwietnia 2001 r. tzw. Porozumienia Eurologo²⁷.

²³ Por. Cizak T, Górka A., Jakubiec S., Siemaszko M., Pierwsze doświadczenia Słowenii związane z zamianą tolar na euro, Narodowy Bank Polski, Materiały i Studia, 2008.

²⁴ Tak w: Communication from The Commission to The Council, European Parliament, The Economic And Social Committee, The Committee Of The Regions and The European Central Bank. Report on the preparations for the introduction of euro notes and coins, COM (2001) 190 final.

²⁵ Tak w: Commission Communication to the European Council. Second report on the preparations for the introduction of euro notes and coins, COM (2001)561 final.

²⁶ DZ.U.U.E.L.98.130.30.

²⁷ „Joint statement by representatives of consumers and representatives of traders and SMEs”, 2 April 2001. Good practice to promote consumers’ familiarity with the euro and to facilitate the introduction of the euro coins and banknotes in 2002”, stanowiący załącznik do niniejszego opracowania; źródło: Communication from The Commission to The Council, European Parliament, The Economic And Social Committee, The Committee Of The Regions and The European Central Bank. Report on the preparations for the introduction of euro notes and coins, COM (2001) 190 final

Jego sygnatariuszami były organizacje konsumentów oraz przedstawiciele różnych branż przedsiębiorców (w tym przedsiębiorców branży turystycznej oraz przedstawiciele małych i średnich przedsiębiorstw) na szczeblu wspólnotowym. Porozumienie to, zawarte pod auspicjami Komisji Europejskiej²⁸, zawierało zobowiązanie przedsiębiorców między innymi do podwójnej ekspozycji cen, określenie jej zasad oraz zobowiązanie do niewykorzystywania zamiany waluty do ukrytych podwyżek cen oraz do uczynienia wszystkiego, co możliwe do zachowania stabilności cen w okresie zamiany walut. Odzwierciedleniem tych zobowiązań było hasło „*nowa waluta, stabilne ceny*”, które mogło być używane tak często jak to tylko możliwe oraz we wszystkich możliwych kontekstach, aby informacja dotarła do jak największej liczby konsumentów. Porozumienie Eurologo było następnie wdrażane na szczeblu krajowym²⁹.

Niezależnie od powyższego porozumienia na szczeblu wspólnotowym, znane jest zawarte w Republice Federalnej Niemiec „*Dobrowolne zobowiązanie niemieckiego handlu detalicznego względem konsumentów w związku z wprowadzeniem euro*”³⁰. Było ono negocjowane pomiędzy Konfederacją Niemieckiego Handlu Detalicznego (HDE) i Grupy Roboczej Związków Konsumentenckich. Federacja HDE uznała, że w trakcie wprowadzania euro, informacja dla konsumentów, transparentność i stabilność cenowa stanowią kluczowy czynnik pozwalający na skuteczne przejście na nową walutę. Za działania w swoim interesie przedsiębiorcy uznali uczciwe postępowanie w stosunkach z konsumentami, co powinno doprowadzić do zwiększenia zaufania do nowej waluty, a w konsekwencji ograniczyć spadek konsumpcji. Taki skutek miały odnieść przede wszystkim działania służące podnoszeniu wśród konsumentów świadomości na temat waluty euro (w tym podwójna ekspozycja cen), jak również przeliczanie cen zgodnie z kursem konwersji. Zobowiązano się również do tego, że przy oznaczaniu towarów ceną sprzedawcy detaliczni będą przestrzegać zasady transparentności i prawdziwości cen.

W dniu 10 stycznia 2008 r. Komisja Europejska wydała Zalecenie dotyczące środków ułatwiających przyszłe przejście na euro³¹. W art. 4 tego Zalecenia stwierdza się, że „należy negocjować porozumienia ze sprzedawcami detalicznymi oraz sektorem usług w celu zagwarantowania neutralnego wpływu wprowadzenia euro na ceny. W szczególności sprzedawcy detaliczni nie powinni podwyższać cen w związku z przejściem na euro i powinni próbować minimalizować zmiany cen przy ustalaniu ceny w euro po wymianie. Porozumienia powinny przelożyć się na przyjęcie logo, widocznego i łatwego do rozpoznania przez konsumentów. Logo to powinno być przedmiotem reklamy w środkach komunikacji i kampaniach informacyjnych. Należy prowadzić ścisły monitoring, we współpracy ze stowarzyszeniami konsumentów, zgodności sposobu postępowania sprzedawców detalicznych ze zobowiązaniami przyjętymi na siebie w ramach porozumień. W przypadkach niezgodności z porozumieniami należy przewidzieć środki zniechęcające, od publicznego ujawnienia nazwy przedsiębiorstwa do możliwych kar pieniężnych w najpoważniejszych przypadkach”.

Pomimo tego, że zalecenie Komisji Europejskiej jest aktem niewiążącym państwa członkowskie, należy dążyć do wypracowania w Polsce mechanizmów pozwalających na zminimalizowanie zjawiska nieuzasadnionego podnoszenia cen w związku z przeliczaniem ich ze złotych na euro.

Dotychczasowe doświadczenia Słowenii, Malty, Cypru i Słowacji w tym zakresie przedstawiają się następująco.

²⁸ Tak w: Communication from the Commission to the European Council. Review of the introduction of euro notes and coins, COM(2002) 124 final.

²⁹Wśród sygnatariuszy znalazła się w szczególności Austriacka Federacja Konsumentów (Austrian Consumer Association – VKI).

³⁰ Freiwillige Selbstverpflichtung des deutschen Einzelhandels gegenüber den Verbrauchern im Zusammenhang mit der Einführung des Euro, źródło: Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung

³¹ Dz.U.U.E.L.08.23.30

1.4.1. Słowenia

W Słowenii powstały dwie różne inicjatywy w zakresie rzetelnych praktyk cenowych. Jedną z nich był kodeks dobrych praktyk przyjęty w sektorze prywatnym oraz zobowiązanie do niepodnoszenia opłat, przyjęte przez sektor państwowy. Obydwie inicjatywy powstały dopiero w grudniu 2006 r. (euro w Słowenii zostało wprowadzone od stycznia 2007 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 Kodeksu³². Kodeks został ogłoszony w dniu 5 grudnia 2006 r., a czas na jego podpisanie przez przedsiębiorców upływał z końcem 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 przedsięwzięcia zmiany waluty. Aby stać się sygnatariuszem kodeksu należało wypełnić odpowiedni formularz oraz przesłać go faxem 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 wszelkie okoliczności i 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 sięgnęła 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 nieangażowanie w tę inicjatywę dostawców współpracujących ze sprzedawcami detalicznymi będącymi sygnatariuszami kodeksu. To od dostawców (pośredników) głównie zależą bowiem ceny małych, detalicznych sprzedawców. Tymczasem dostawcy zaczęli 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 bezbłędnie 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

³² http://www.mf.gov.si/angl/euro/Annexes_Final_Report.pdf

podjęcia 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 euro³³.

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 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.³⁴

1.4.2. Cypr

Na Cyprze opracowano i wdrożono „Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych” (*The Fair Pricing Code*), który funkcjonował w okresie od 10 lipca 2007 r. do 10 lipca 2008 r., a jego celem było promowanie uczciwego ustalania cen i zapewnienie przejrzystości cen w celu lepszej obsługi klienta. Porozumienie to 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 zmiany waluty 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 tej inicjatywy 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 euro³⁵;
2. Rozliczania cen towarów i usług w odpowiedni sposób bez spekulacji przy przeliczaniu funta na euro;

³³ Patrz: Deloitte Review of the Slovenian changeover to the euro, Final Report – August 27, 2007, s. 42

³⁴ 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, s. 5-6.

³⁵ Publikacja: L.33(I)/2007

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 przedsiębiorcy) i przy kasie w sklepie, w celu poinformowania konsumentów, że przedsiębiorca jest sygnatariuszem porozumienia.³⁶

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

Przystępowanie do „Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych” koordynowały Euro-observatoria, które – z własnej inicjatywy lub w odpowiedzi na złożoną skargę – zajmowały się również badaniem wszelkich przypadków potencjalnego naruszenia porozumienia. 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 było uprawnione do odebrania uprawnienia do posługiwania się Logo oraz podania decyzji o tym fakcie 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, która podzielona została na 4 etapy skierowane zarówno do przedsiębiorców, w tym sprzedawców detalicznych, jak i konsumentów. 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 Europejska³⁷. Materiały promocyjne dotyczące „Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych” oraz podwójnej ekzopozycji cen (plakaty, ulotki, itp.) rozprowadzono wśród wszystkich przedsiębiorców.

„Kodeks Rzetelnych Praktyk Cenowych” został podpisany przez 7 579 przedsiębiorców 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 tych podmiotów, które nie podjęły tego zobowiązania³⁸.

³⁶ 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.

³⁷ Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu 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.

³⁸ 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, s. 10. W Komunikacie Komisji dla Rady, Parlamentu

1.4.3. Malta

Postawy prawne inicjatywy FAIR („*Fair-pricing Agreements in Retailing*”), 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 (podwójna ekspozycja cen i cenniki w euro) z 2007 r. (*Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*)³⁹, dalej zwanego jako: Rozporządzenie, wydane na podstawie art. 3 ustawy o wprowadzeniu euro (*The Euro Adopting Act*). Podmiotem, który wystąpił z inicjatywą utworzenia „*Fair-pricing Agreements in Retailing*” był Krajowy Komitet ds. Wymiany Waluty (National Euro Changeover Committee – NECC).

Inicjatywa FAIR kierowana była do placówek handlu detalicznego i innych przedsiębiorstw zawierających transakcje z udziałem konsumentów. Jej celem, jak i w innych krajach, było wspieranie uczciwości i przejrzystości w ustalaniu cen towarów i usług w okresie przejściowym, 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 potencjalnym 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 podmiotów⁴⁰. W sierpniu i wrześniu 2007 r. inicjatywę uzupełniły umowy o stabilności cen, które NECC zawarł z importerami, dystrybutorami i producentami⁴¹. W ramach tych umów przedsiębiorcy obiecali utrzymywanie cen szerokiej gamy produktów i usług na niezmiennym poziomie przez pewien czas przed i po wymianie.

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen obowiązywał na terytorium Republiki Malty w okresie od 1 lipca 2007 r. do dnia 30 czerwca 2008 r. Przystępując do inicjatywy FAIR, przedsiębiorcy w pierwszym rządzie 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.

Przedsiębiorcy podpisujący porozumienie FAIR, zobowiązywali się do:

1. Podwójnej ekspozycji cen zgodnie z zasadami wyrażonymi w art. 6 Rozporządzenia, tj.:
 - a) konwersja z lir maltańskich na euro lub vice versa przeprowadzana jest przy zastosowaniu parytetu centralnego lub oficjalnego kursu wymiany, w zależności od tego, który z nich ma zastosowanie w danym przypadku,
 - b) parytet centralny i oficjalny kurs wymiany jest wyrażony z dokładnością do szóstego miejsca po przecinku. Kursy te nie podlegają zaokrągleniu ani skróceniu podczas przeprowadzania wymiany,

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, s. 6,- podaje się, że do Kodeksu Rzetelnych Praktyk Cenowych przystąpiło około 7 130 przedsiębiorców.

³⁹ Publikacja: L.N.4 /2007.

⁴⁰ 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, s. 11.

⁴¹ Patrz: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Szóste sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. Kom (2007) wersja ostateczna, s. 9.

c) w przypadku zastosowania parytetu centralnego i oficjalnego 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, kwota pieniężna 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, 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 w innych państwach 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 w zakresie dokonywania przeliczeń 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 przestrzega nie tylko do zasad powszechnie obowiązującego prawa, ale również fakultatywnie stosuje dodatkowe (wyższe) standardy w zakresie praktyk cenowych. Logo stanowiło jeden z kluczowych elementów kampanii. W materiałach kierowanych do przedsiębiorców wskazywano, że posługiwanie się Logo inicjatywy FAIR może służyć jako sposób na poprawę reputacji przedsiębiorstw oraz jako narzędzie podwyższające poziom zaufania konsumentów do danych przedsiębiorców.

Organem koordynującym wprowadzanie oraz przestrzeganie przyjętych zobowiązań FAIR było Euro-observatorium⁴². Przystąpienie do inicjatywy było możliwe poprzez złożenie odpowiedniego formularza dostępnego na stronie internetowej w okresie od 29 listopada 2006 r. do dnia 30 września 2007 r. Wniosek o rejestrację w inicjatywie FAIR zawierał:

- a) odpowiednie dane wnioskodawcy,
- b) proponowany harmonogram wdrożenia podwójnej ekspozycji cen,
- c) informację na temat szkoleń dla pracowników organizacji 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 były 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 jej uprawnienie do posługiwania się znakiem kampanii w należącej do niej sklepach oraz w materiałach reklamowych.

Jeżeli jednak organizacja ta 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 lub braku,
- 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 takiego pouczenia, adresat zobligowany był do podjęcia środków zaradczych i powiadomienia 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 o tym fakcie 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 podmiotu, 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 podmiot, do

⁴² 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 możliwe, władze lokalne, są zapraszane do ustanowienia odpowiednich udogodnień, najlepiej założyć obserwatoria na czas przyjmowania euro, w celu monitorowania procesu wprowadzania euro, w szczególności uczciwości i przejrzystości stosowanych praktyk zawodowych.

której wystosowano ostateczne powiadomienie, nadal nie zastosował się do wytycznych wydanych przez Euro-observatorium, nakładało na niego karę administracyjną w postaci:

a) grzywny administracyjnej w wysokości co najmniej trzystu lir, jednak nie wyższej niż tysiąc pięćset lir, lub

b) o ile uznano 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 uznano to za właściwe, dziennej grzywny administracyjnej w wysokości co najmniej trzydziestu pięciu lir, jednak nie wyższej niż dwieście lir 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 siedmiuset pięćdziesięciu lir maltańskich albo kary administracyjnej w wysokości siedemdziesięciu pięciu lir maltańskich 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.

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 poprawę 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 o tym, że przedsiębiorca stosuje uczciwe praktyki cenowe. Promowano nie tylko samą inicjatywę podejmowaną przez NECC, ale również przedsiębiorców, którzy do niej przystąpili. Lista tych przedsiębiorców 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.

1.4.4. Słowacja

Jednym z narzędzi użytych na terytorium Republiki Słowacji w celu zwiększenia poziomu zaufania konsumentów do zmiany waluty, w tym zmniejszenia obaw przed potencjalnym nieuzasadnionym

wzrostem cen w okresie przejścia na euro, zwłaszcza w zakresie nieuzasadnionego wzrostu cen był „Kodeks Etyczny Dla Celów Wprowadzenia Euro” (*Ethical Code for the Euro Introduction*) przygotowany przez Pełnomocnika Rządu Republiki Słowackiej do spraw Wprowadzenia Euro, we współpracy ze Słowackim Związkiem Przedsiębiorców⁴³.

Sygnatariusze tego porozumienia dobrowolnie zobowiązywali się do niewykorzystywania procesu przejścia na euro do nieuprawnionych podwyżek cen oraz wypełniania innych obowiązków, takich jak zachowanie transparentności przy wycenianiu towarów, przekazywanie konsumentom informacji na temat zamiany waluty oraz do dołożenia wszelkich starań, aby zapewnić płynność procesu wymiany gotówki.

Adresatami inicjatywy słowackiego „Kodeksu Etycznego” byli przedsiębiorcy zajmujący się przede wszystkim prowadzeniem placówek handlowych, jak również lokalne władze oraz organizacje non-profit.

Wśród postanowień „Kodeksu Etycznego” znalazły się m.in. następujące:

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

1. 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;
2. 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;
3. Wdrożyć system podwójnej ekspozycji cen najszybciej jak to tylko będzie możliwe, zaraz po opublikowaniu właściwego kursu konwersji przez Narodowy Bank Słowacji;
4. Przeliczyć ceny oznaczone w walucie narodowej na ceny w euro zachowując największy stopień zgodności i precyzji;
5. Prezentować – w czytelny sposób – oficjalny kurs wymiany w naszych sklepach i innych punktach sprzedaży;
6. Stworzyć naszym klientom warunki do tego, aby w łatwy sposób byli w stanie porównać ceny naszych towarów i usług;
7. 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;
8. Umieszczać podwójne oznaczenie cen, zgodnie z kursem konwersji, bezpośrednio obok towarów i usług przedstawionych w naszych ulotkach reklamowych;
9. Dostarczyć naszym sklepom oraz innym punktom sprzedaży wystarczającą ilość właściwych nominalów banknotów i monet euro 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.

⁴³ 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.

W przypadku nieprzestrzegania postanowień porozumienia przez jego sygnatariuszy, obywatele mogli wnosić skargi do urzędu Pełnomocnika Rządu Republiki Słowackiej do spraw Wprowadzenia Euro, który rozpatrywał je i zwracał się do przedsiębiorców o skorygowanie postępowania⁴⁴. 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 przedsiębiorcami, zwłaszcza z przedstawicielami sprzedawców detalicznych i usługodawcami również po to, aby nawoływać ich do przystępowania do tej inicjatywy. W drugim kwartale działania promocyjne w tym zakresie zintensyfikowano.

Logo świadczące o przestrzeganiu postanowień porozumienia umieszczono w około 16 000 placówkach, takich jak sklepy, punkty usługowe oraz organy administracji lokalnej i regionalnej⁴⁵. Logo zostało zaprezentowane opinii publicznej w specjalnym spocie telewizyjnym.

1.5. Inne rozwiązania

Spśród innych działań podejmowanych w państwach członkowskich UE w celu zapewnienia konsumentom ochrony przed nieuzasadnionym podnoszeniem cen, wymienić należy poniższe.

Działające na Malcie NECC (National Euro Changeover Committee) uruchomiło specjalną infolinię („*Linja Euro 154*”) za pośrednictwem której każdy mógł skontaktować się z konsultantem w celu uzyskania informacji, ale również złożenia skargi. Dodatkowym rozwiązaniem ułatwiającym konsumentom dokonywanie przeliczenia ceny, a tym samym skontrolowanie prawidłowości przeliczenia ceny przez przedsiębiorcę, była możliwość wysłania na specjalny numer SMS, by automatycznie przeliczyć daną wartość z lir maltańskich na euro. Jednocześnie NECC miało obowiązek dostarczyć wszystkim handlowcom detalicznym naklejki promujące krajową infolinię w sprawie euro (*Linja Euro 154*) oraz numer, na który należało wysłać SMS.⁴⁶

Na Cyprze od 11 czerwca 2007 r. udostępniono bezpłatną linię telefoniczną do obsługi i informowania konsumentów w związku z wprowadzeniem euro. Od października do grudnia 2007 r. w każdym dystrykcie działał „Euro bus”, którego zadaniem było przekazywanie konsumentom informacji związanych z wprowadzeniem euro.

Innym środkiem ochrony konsumentów były specjalne eurokalkulatory – dystrybuowane do gospodarstw domowych we wszystkich czterech państwach – umożliwiające konsumentom szybkie przeliczenie cen z waluty narodowej na euro. Na Cyprze w listopadzie 2007 r. miała miejsce dystrybucja konwerterów do wszystkich gospodarstw domowych. Ponadto, na Słowacji skierowano do przedsiębiorców zalecenie, aby w sklepach umieszczali kalkulatory, które umożliwią konsumentom samodzielne przeliczanie podanych

⁴⁴ Patrz: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów i Europejskiego Banku Centralnego. Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. KOM (2008) 843 wersja ostateczna, s. 8.

⁴⁵ Źródło: Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomicznego, Komitetu Regionów i Europejskiego Banku Centralnego. Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. KOM (2008) 843 wersja ostateczna, s. 8.

⁴⁶ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s. 4.

kwot na euro.

1.6. Podsumowanie

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 wyrażonych w walutach narodowych na ceny w euro. Jak pokazują doświadczenia państw członkowskich strefy euro, mechanizmami pomocnymi w tym zakresie są przede wszystkim obowiązek podwójnej ekspozycji cen oraz monitoring cen (których szczegóły omówiono w kolejnych rozdziałach).

Biorąc pod uwagę powyższe doświadczenia państw w ograniczaniu nieuzasadnionego podnoszenia cen przez przedsiębiorców, ważne jest sformułowanie zakazu nieuzasadnionego podnoszenia cen, tak aby stworzył on środowisko prawne, w którym firmy byłyby mniej skłonne do wykorzystywania zamiany waluty jako okazji do nieuzasadnionego podwyższania cen, ale jednocześnie pozwalał na normalne dostosowania cen wynikające ze zmian kosztów produkcji. Mając na uwadze doświadczenia austriackie w przypadku ewentualnego wprowadzenia zakazu podnoszenia cen w związku z wprowadzeniem euro należy przewidzieć środki zapewniające skuteczną egzekucję takiego zakazu. Formułując ewentualne przepisy regulujące sankcje, jakie na przedsiębiorców nieprzestrzegających zakazu podnoszenia cen oraz zasad związanych z obowiązkiem podwójnej ekspozycji cen mogłyby być nakładane, należy mieć na uwadze sam efekt psychologiczny – dyscyplinujący przedsiębiorców – związany z ich istnieniem.

Zadaniem sankcji jest odwieśdzenie przedsiębiorców od zamiaru podniesienia cen przy okazji ich przeliczania na nową walutę oraz sklonienie ich do prawidłowego wykonywania obowiązku podwójnej ekspozycji cen. Aby osiągnąć te cele należy adekwatnie do postaw przedsiębiorców zaprojektować system bodźców negatywnych i pozytywnych oraz odpowiednio dobrać instrumenty. Część z nich, tak jak rozgłos medialny i nagłaśnianie uczciwych praktyk przeliczania cen, działa nie tylko jako bodziec pozytywny dla przedsiębiorców, ale również pozytywnie wpływa na percepcję procesów cenowych.

Przy projektowaniu przepisów dotyczących kar w Polsce, należy czasowo wyłączyć przepisy ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej⁴⁷ w zakresie konieczności powiadamiania przedsiębiorców o zamiarze wszczęcia kontroli u przedsiębiorcy (art. 79 i n.), jak również obecnie funkcjonujące – w ramach ustawy o inspekcji handlowej – przepisy karne rozszerzyć o odpowiednie przepisy sankcjonujące brak wykonania przez przedsiębiorców obowiązków związanych z wprowadzeniem euro.

Doświadczenie państw strefy euro wskazuje, że niezależnie od prowadzenia przez instytucje nadzorujące prawidłowość procesu przeliczania cen oficjalnego programu „*naming and shaming*”, media publikować będą własne porównania oraz wskazywać podmioty odpowiedzialne za wzrost cen. Z punktu widzenia postrzegania procesów cenowych przez konsumentów ważnym wydaje się publikowanie oraz nagłaśnianie przypadków stosowania uczciwych praktyk w zakresie przeliczania cen przez przedsiębiorców, jak również przypadków zaokrąglania cen w dół.

Jak pokazują analizy dokonane po zakończeniu procesu wprowadzania nowej waluty, odpowiednim narzędziem może być podejmowanie w sposób dobrowolny zobowiązań przedsiębiorców do niepodnoszenia cen oraz do rzetelnego przeliczania cen z walut narodowych na euro. Na celowość takiego

⁴⁷ Tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r., Nr 155, poz. 1095

rozwiązania wskazała również Komisja Europejska w przedstawianym powyżej zaleceniu z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczącym środków ułatwiających przyszłe przejście na euro. Trzy z czterech opisanych powyżej państw, realizując te zalecenia, wypracowało porozumienia zawierane pomiędzy organem państwowym (Euro-observatoria na Malcie i Cyprze, Pełnomocnik do spraw Wprowadzenia Euro w Słowacji) z przedsiębiorcami. Analiza posiadanych informacji na temat słoweńskich doświadczeń wskazuje na to, że zobowiązanie do niepodnoszenia cen w toku procesu wprowadzania euro było prawdopodobnie podjęte w formie znanego polskiemu porządkowi prawnemu, kodeksu dobrych praktyk przygotowanego przez organizację przedsiębiorców.

Od porozumień powyższych odróżnić należy porozumienia administracyjne wyróżniane przez doktrynę prawa administracyjnego jako jedną z form działania administracji publicznej o charakterze niewładczym.

Porozumienia administracyjne zawierane są pomiędzy organami i instytucjami administracyjnymi niepodporządkowanymi sobie hierarchicznie i stanowią prawną formę ich współdziałania. W doktrynie prawa administracyjnego wskazuje się, że przynajmniej jedna ze stron porozumienia administracyjnego powinna być jednostką realizującą funkcję administracji publicznej⁴⁸. Jako stosunek administracyjny, charakteryzują się równorzędnością podmiotów⁴⁹. W niektórych opracowaniach stwierdza się, że ta forma działania ma szczególne znaczenie w zdecentralizowanych układach samorządowych ze względu na brak zależności organizacyjnych w ramach tych struktur.⁵⁰ Do zawarcia porozumienia administracyjnego dochodzi poprzez zgodne oświadczenie woli podmiotów wykonujących administrację publiczną⁵¹.

Treścią porozumienia jest wykonywanie zadań ze sfery administracji publicznej, w tym za pomocą środków władczych. *„Przedmiotem porozumienia administracyjnego są zobowiązania (ale nie w sensie cywilnoprawnym) dotyczące realizacji zadań ze sfery administracji publicznej.”*⁵². Celem porozumienia administracyjnego jest bądź wykonywanie zadań nałożonych na podmioty będące jego stroną, bądź przeniesienie zadań z jednego podmiotu na drugi z tym, że do tego, aby porozumienie administracyjne było skuteczne, obejmować może jedynie czynności w ramach kompetencji należących do podmiotów objętych porozumieniem. Dla ważności porozumienia administracyjnego niezbędna jest wyraźna podstawa prawna wynikająca z przepisów materialnego prawa administracyjnego.

Z uwagi przede wszystkim na podstawę prawną porozumienia administracyjnego, publiczny charakter podmiotów biorących w nim udział, jak i ze względu na fakt ograniczenia zakresu przedmiotowego porozumienia do spraw pozostających we właściwości jego uczestników, w doktrynie prawa administracyjnego zwraca się uwagę, że porozumienie administracyjne ma charakter publicznoprawny.

Jeden z autorów⁵³ w ramach formy działania administracji publicznej, jaką jest tzw. umowa publicznoprawna, wyróżnia porozumienia przez które rozumie się *„kontrakty zawierane przez państwo i inne osoby prawne prawa publicznego zawsze z podmiotami prywatnymi (to jest z wyłączeniem umów zawieranych między podmiotami publicznymi) i mające na celu uzyskanie dóbr lub usług o cechach użyteczności publicznej poprzez prawną*

⁴⁸ Z. Cieślak, J. Jasielski, J. Lang, M. Szubiakowski, M. Wierzbowski, A. Wiktorowska, Prawo Administracyjne. Wydanie 4, Lexis Nexis, Warszawa 2002, s.302.

⁴⁹ Tak: Z. Cieślak, I. Lipowicz, Z. Niewiadomski, Prawo administracyjne. Część ogólna, Wydawnictwo Prawnicze PWN, Warszawa 2000 oraz M. Kulesza, Opinia dotycząca charakteru prawnego porozumienia, zwanego pilotażowym.

⁵⁰ Z. Lioński, Zarys Prawa Administracyjnego. Działalność Administracji, Wydawnictwa Prawnicze PWN, Warszawa 2001.

⁵¹ Z. Cieślak, J. Jasielski, J. Lang, M. Szubiakowski, M. Wierzbowski, A. Wiktorowska, op. cit.

⁵² Ibidem

⁵³ J. Boć, Prawo Administracyjne, Wrocław 1996/1997

*czynność sprzedaży lub najmu.*⁵⁴. Tak rozumianego porozumienia nie należy utożsamiać z porozumieniem administracyjnym w znaczeniu przedstawionym powyżej.

Obecnie forma porozumień administracyjnych jest wykorzystywana głównie w administracji samorządowej zarówno na szczeblu gminy (art. 8 ust. 2 i 2a oraz art. 64 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r., tekst jedn. Dz. U. z 2001 r., Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.), na szczeblu powiatu (art. 5 ust. 1 i 2 oraz art. 65 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r., tekst jedn. Dz. U. z 2001 r., Nr 142, poz. 1592 z późn. zm.), jak i na szczeblu wojewódzkim (art. 8 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa, tekst jedn. Dz. U. z 2001 r., Nr 142, poz. 1590 z późn. zm.)

Na tle problematyki niniejszego opracowania oraz porozumień administracyjnych, wspomnieć należy o porozumieniu zawieranym na podstawie przepisów ustawy z dnia 26 lutego 1982 r. o cenach (tekst jedn. Dz. U. z 1988 r., Nr 27, poz. 195 z późn. zm., dalej: ustawa o cenach z 1982 r.). Na podstawie art. 13 ust. 5 tej ustawy Minister Finansów mógł zawierać z jednostkami gospodarczymi (sprzedawcami) porozumienia w sprawach cen umownych, określające dopuszczalny wzrost poziomu cen umownych oraz warunki tego wzrostu.

Dokonując wykładni ww. przepisu należy wziąć przede wszystkim pod uwagę gospodarcze uwarunkowania funkcjonujące w okresie obowiązywania ustawy o cenach z 1982 r. Na tle zarówno wykładni systemowej, jak i historycznej art. 13 ustawy o cenach z 1982 r. wskazać trzeba, że wpływanie na ceny umowne w trybie administracyjnym było w okresie jego obowiązywania jednym z celów administracji publicznej, gdyż miało to uchronić obywateli przed skutkami panującej wówczas hiperinflacji. Możliwość zawierania porozumień administracyjnych pomiędzy Ministrem Finansów a jednostkami gospodarki społecznej (później jednostkami gospodarki – sprzedawcami) wprowadziła ustawa z dnia 26 maja 1988 r. o zmianie ustawy o cenach (Dz. U. Nr 16, poz. 112). Porozumienia takie dotyczyły w szczególności sektora energetycznego, który również obecnie stanowi szczególny sektor gospodarczy także pod względem regulowania cen.

Analiza przedstawionego powyżej stanu prawnego prowadzi do wniosku, że porozumienia zawierane na podstawie art. 13 ust. 5 ustawy o cenach z 1982 r. były swoistą formą porozumienia administracyjnego biorąc pod uwagę przede wszystkim szczególny cel tych porozumień, które w tym przypadku były formą wykonywania zadań ze sfery administracji publicznej przez organ administracji publicznej w osobie Ministra Finansów.

W obecnie obowiązujących przepisach nie istnieje możliwość zawierania porozumień administracyjnych, których przedmiotem jest wpływanie na wysokość cen wolnorynkowych. Wprowadzenie takiej możliwości mogłoby prowadzić do próby regulowania cen w trybie administracyjnym, co w warunkach gospodarki wolnorynkowej dopuszczalne jest jedynie w bardzo wąskim zakresie.

Z tego powodu porozumienia administracyjne należy odróżnić od porozumień, o których mowa w art. 4 ust. 1 zaleceń Komisji Europejskiej z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczących środków ułatwiających przyszłe przejście na euro, na podstawie którego należy negocjować porozumienia ze sprzedawcami detalicznymi oraz sektorem usług w celu zagwarantowania neutralnego wpływu wprowadzenia euro na ceny.

Biorąc pod uwagę zarówno literalną wykładnię art. 4 ust. 1 ww. zaleceń, w którym mowa o negocjowaniu porozumień (w przypadku porozumienia administracyjnego treść porozumienia przygotowują strony, ale

⁵⁴ Z. Cieślak, J. Jasielski, J. Lang, M. Szubiakowski, M. Wierzbowski, A. Wiktorowska, op. cit.

moc wiążącą uzyskuje ono dopiero po zaaprobowaniu go przez organ administracyjny⁵⁵), jak i przede wszystkim obecnie obowiązujące zasady gospodarki wolnorynkowej, a w tym zminimalizowanie wpływu administracji publicznej na wysokość cen wolnorynkowych należy dojść do wniosku, że pojęcie porozumienia używane jest w tym zaleceniu nie w znaczeniu porozumienia administracyjnego, ale w znaczeniu tzw. miękkiego prawa (*soft law*), którego postacią jest w szczególności tzw. koregulacja (*co-regulatory system*) oraz samoregulacja (*self-regulatory system*). Tzw. miękkie prawo oparte jest na kompromisie i zgodzie bardziej niż na formalizmie i twardym egzekwowaniu w drodze egzekucji państwowej (miękkie prawo charakteryzuje się tzw. samowykonalnością). Jego idea sprowadza się do samodzielnego (z ominięciem przymusu państwowego) przystępowania do kompromisowych, wypracowanych w zgodzie postanowień. Takie podstawy tzw. miękkiego prawa dają w efekcie moralny (bardziej niż prawny) obowiązek stosowania go w praktyce, co skutkuje dużą efektywnością jego przestrzegania przez podmioty, które wyraziły samodzielnie takie zobowiązanie. Egzekucja samoregulacji (tzw. kodeksów dobrych praktyk) odbywa się bez udziału i przymusu państwowego, a jest dokonywana wewnętrznie przez stowarzyszenia (organizacje, grupy podmiotów), w ramach których doszło do wypracowania kompromisowych zobowiązań.

Z powyższych względów brak jest podstaw do rekomendowania implementacji art. 4 ust. 1 zaleceń Komisji Europejskiej z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczących środków ułatwiających przyszłe przejście na euro do ustawy o cenach.

W ramach tzw. miękkiego prawa, wyróżnia się w szczególności dwie jego postaci, tj. tzw. koregulację oraz samoregulację, w ramach których występują istotne różnice.

Koregulacja, to porozumienia, których stronami są z jednej strony podmiot państwowy oraz z drugiej – podmiot prywatny (w tym przypadku przedsiębiorca, który zobowiązywałby się do braku nieuzasadnionego podnoszenia cen w związku z przyjęciem euro). System tzw. koregulacji, nie jest dotychczas znany w polskim porządku prawnym, należy więc wskazać na elementy niezbędne takiego rozwiązania:

- Prowadzenie dialogu pomiędzy podmiotem państwowym a przedsiębiorcami (organizacjami przedsiębiorstw) w celu wypracowania tekstu porozumienia w taki sposób, aby był on do zaakceptowania przez dużą liczbę przedsiębiorców;
- Intensywna promocja porozumienia zarówno wśród przedsiębiorców po to, aby nakłonić ich do przystąpienia do inicjatywy, jak i wśród konsumentów po to, aby przekazać im informacje na temat samej inicjatywy oraz aby promować przedsiębiorców, którzy do niej przystąpili;
- Wytypowanie organu odpowiedzialnego za zawieranie porozumień z przedsiębiorcami oraz wypracowanie całego schematu przystępowania do tej inicjatywy (np. opracowanie warunków uczestnictwa – przystąpienie do inicjatywy FAIR na Malcie było możliwe po podjęciu zobowiązania do podwójnej ekspozycji cen w okresie, kiedy nie było to jeszcze prawnie wymagane⁵⁶);
- Opracowanie graficznego Logo – znaku kampanii, które będzie stanowiło element reklamowy oraz stworzenie odpowiedniego systemu promocji przedsiębiorców, którzy przyjęli zobowiązania;
- Stworzenie odpowiedniego systemu kontroli poświęconego wyłącznie (albo w głównej mierze) weryfikowaniu realizacji zobowiązań zawartych w porozumieniu, w tym wskazanie organu

⁵⁵ Z. Niewiadomski, Z. Cieślak, I. Lipowicz, G. Szpor, Prawo administracyjne, Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005, s. 196.

⁵⁶ W tym miejscu wyjaśnić należy, że w ocenie KE podwójna ekspozycja cen przed ustanowieniem przez Radę oficjalnego kursu wymiany waluty narodowej na euro jest rozwiązaniem niewłaściwym i należy zniechęcać przedsiębiorców do jej stosowania przez ww. terminem (o tym również w dalszej części opracowania).

odpowiedzialnego za przeprowadzanie takich kontroli oraz wyposażenie go w odpowiednie instrumenty prawne (system kar). Kontrole powinny być przeprowadzane szybko, sprawnie i skutecznie, gdyż fakt podpisania porozumienia będzie wykorzystywany przez przedsiębiorców w celach reklamowych, a nieuprawnione używanie Logo stanowiłoby reklamę wprowadzającą konsumentów w błąd;

- Opracowanie właściwej procedury działania w celu weryfikacji przestrzegania zobowiązań. Reakcja na sygnały o niewłaściwym przestrzeganiu zobowiązań porozumienia musi być natychmiastowa. Znane obecnie procedury (np. administracyjna) mogą okazać się zbyt opieszale.

Analizując wprowadzenie do polskiego porządku systemu koregulacji należy mieć na względzie szczególnie konieczność stworzenia odpowiedniego systemu kontroli przestrzegania zobowiązań przyjętych przez przedsiębiorców. Kontrole musiałby być przeprowadzane szybko, a zaraz po stwierdzeniu nieprawidłowości musiałoby nastąpić podjęcie decyzji na temat odebrania uprawnienia do posługiwania się Logo inicjatywy (decyzja musiałaby być wykonalna od chwili jej wydania). Z tego powodu, do kompetencji organu właściwego do przeprowadzania kontroli realizacji porozumienia nie mogłyby należeć inne obowiązki poza weryfikowaniem rzetelności reklam i praktyk cenowych przedsiębiorców. Dodatkowo należałoby stworzyć specjalnie do tego celu procedurę, aby szybko i skutecznie eliminować nieprawidłowości związane z nierzetelnymi praktykami cenowymi. Stosowanie nieuczciwych praktyk cenowych musiałoby wiązać się z sankcją, której jednym z czynników byłoby odebranie uprawnienia do posługiwania się Logo kampanii, co wiąże się z ingerencją w sferę reklamową i szkodzi wizerunkowi przedsiębiorcy. Dlatego wykorzystywana do tego celu procedura musiałaby być nie tylko szybka, ale również umożliwiająca obronę przedsiębiorcy.

Z tego powodu na okres wprowadzania euro należałoby stworzyć w Polsce nową strukturę organizacyjną, co wiązałoby się z generowaniem dodatkowych kosztów. Inspekcja Handlowa, której prawdopodobnie zostanie powierzony monitoring cen oraz kontrola przestrzegania obowiązku podwójnej ekspozycji cen, nie mogłaby bowiem zajmować się kontrolą realizacji porozumień.

Ponadto, na uwadze należy mieć również nieporównywalnie większą liczbę przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność w naszym kraju i którzy mogliby być zainteresowani przystąpieniem do ww. inicjatywy. Z tego względu konieczne byłoby również wyznaczenie/powołanie organu, którego zadaniem byłoby podpisywanie porozumień.

Konieczność stworzenia odrębnej struktury kontroli doprowadziłaby do zdublowania struktur kontrolnych. Przedsiębiorca byłby zobowiązany do znoszenia kontroli zarówno Inspekcji Handlowej (weryfikacja podwójnej ekspozycji cen oraz właściwego przeliczania cen na euro) oraz organu odpowiedzialnego za przestrzeganie postanowień porozumienia. Mogłoby to doprowadzić do podwójnego karania przedsiębiorcy za to samo działanie, a tym samym powodować konfuzję w obrocie.

Mając na uwadze powyższe, należy zastanowić się nad wykorzystaniem znanego w Polsce systemu samoregulacji (z ang. *self-regulatory system*). Na taką możliwość wskazała sama Komisja Europejska przy okazji oceny poziomu przygotowania Słowenii przed przystąpieniem do strefy euro. 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.*”⁵⁷.

⁵⁷ 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, s. 5.

Samoregulacja polega na opracowaniu przez samych przedstawicieli danego sektora standardów dobrych praktyk w celu uniknięcia ryzyka, iż nieuczciwe praktyki niektórych z nich doprowadzą do nadszarpnięcia reputacji całego sektora. Organizacja, która stworzyła kodeks dobrych praktyk samodzielnie nakłania przedsiębiorców do jego podpisania oraz samodzielnie (bez udziału państwa) dokonuje kontroli przestrzegania postanowień kodeksu stosując w razie potrzeby odpowiednie sankcje, stworzone przez tę samą strukturę.

Jeden z bardzo dobrze funkcjonujących systemów samoregulacji w Polsce został stworzony przez Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy. Jest to organizacja odpowiadająca za samoregulację w dziedzinie reklamy w Polsce. Jej działalność ukierunkowana jest na promowanie dobrych wzorców oraz piętnowanie nieetycznych i nieuczciwych przekazów reklamowych. System samoregulacji opiera się na „Kodeksie Etyki Reklamy”, dokumencie opracowanym wspólnie przez przedstawicieli trzech grup tworzących rynek reklamowy w Polsce: reklamodawców, agencje reklamowe i media. Nad przestrzeganiem Kodeksu czuwa Komisja Etyki Reklamy składająca się z ekspertów w dziedzinie mediów i reklamy. System samoregulacji chroni odbiorców reklamy przed nieetycznymi lub nieuczciwymi przekazami reklamowymi. Każdy, kto czuje, że jego zdaniem jakiś przekaz reklamowy narusza normy „Kodeksu Etyki Reklamy” może złożyć skargę. W przypadku konsumentów procedura jest maksymalnie uproszczona – wystarczy wypełnić formularz umieszczony na stronie internetowej.

Jak podkreślają sami przedsiębiorcy, „zaletą samoregulacji jest jej elastyczność. Pozwala na błyskawiczne reagowanie na zmieniające się potrzeby, co jest niezbędne w tak dynamicznej branży jaką jest reklama. Równie istotne jest wspólne uzgadnianie zobowiązań przez przedstawicieli wszystkich środowisk związanych z reklamą: reklamodawców, mediów oraz agencji reklamowych oraz dostosowanie ich do realiów rynkowych, co gwarantuje, że będą powszechnie respektowane.

Samoregulacja to przepisy dobrowolnie przyjmowane przez środowisko reklamowe, dzięki czemu są one respektowane. Rozwiązania prawne bardzo często koncentrują się jedynie na karaniu, pomijając kwestie edukacji i prewencji. Kodeks Etyki Reklamy, stanowiąc dobrowolne środowiskowe uzupełnienie przepisów prawa, spotyka się z większą aprobatą środowiska, aniżeli narzucone w istocie przez państwo normy prawne. Kodeks stanowi tym samym bardziej skuteczny instrument ładu i dobrych praktyk. Koszty funkcjonowania systemu nie obciążają budżetu państwa, a zatem podatników. W krajach o wieloletniej tradycji samoregulacji, orzeczenia niezależnych organizacji są respektowane również przez władzę publiczną i sądy powszechne.

Rada Reklamy jest w całości finansowana przez środowiska związane z reklamą – poszczególne podmioty płacą roczną składkę kalkulowaną na podstawie wydatków na reklamę brutto (bez uwzględniania rabatów).

Podstawową sankcją jest poinformowanie skarżonego o toczącym się przeciwko niemu postępowaniu i w uzasadnionych przypadkach zwrócenie się o dokonanie zmian w przekazie reklamowym, tak by był on zgodny z Kodeksem Etyki Reklamy. Z doświadczeń innych krajów europejskich wynika, że ponad połowa reklamodawców reaguje bardzo szybko na zalecenia organizacji samoregulacyjnej. W przypadku poważnego naruszenia Kodeksu, Komisja Etyki Reklamy może także wydać opinię, że emisja określonego przekazu reklamowego powinna zostać jak najszybciej wstrzymana. Czas rozpatrywania skargi to maksymalnie kilka tygodni. W przypadku odwołania się od wyroku czas ten może odpowiednio się wydłużyć.”⁵⁸

System samoregulacji jest znany w polskim prawie jako kodeks dobrych praktyk (ang.: *code of conduct*). Definicja kodeksu dobrych praktyk znalazła się w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, dalej: unpr lub Ustawa). Przez kodeks

⁵⁸ <http://www.radareklamy.org>

dobrych praktyk rozumie się zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych, przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych. Ustawa nie nakłada na przedsiębiorców nakazu ustanowienia kodeksu dobrych praktyk w danej branży, ani nie wkracza w samoregulację przedsiębiorców, a jedynie poprzez wskazanie kryteriów czy konkretnych zakazów określa pewne ramy prawne dla ich tworzenia. Przepisy omawianej ustawy promują kodeksy dobrych praktyk funkcjonujące w sposób prawidłowy zarówno biorąc pod uwagę ich zgodność z prawem powszechnie obowiązującym, jak i właściwe egzekwowanie przestrzegania ich postanowień przez organy wewnętrzne zrzeszenia przedsiębiorców. Dzięki temu możliwe jest w szczególności wyeliminowanie z rynku kodeksów dobrych praktyk, których normy są niezgodne z przepisami powszechnie obowiązującymi. Pozwala to również na zweryfikowanie faktu, czy przedsiębiorca wykorzystuje kodeks dobrych praktyk na przykład tylko do doraźnych celów reklamowych.

W myśl art. 5 ust. 2 pkt. 4 unpr, do nieuczciwych praktyk rynkowych należą działania przedsiębiorcy, polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk ustanowionego przez siebie lub zrzeszenie przedsiębiorców, do których dobrowolnie dołączył, jeżeli informuje jednocześnie, że jest on związany kodeksem dobrych praktyk. Przepis ten jest gwarancją ustawową przestrzegania prawidłowości funkcjonowania samoregulacji. Nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu unpr jest również niezgodne z prawem twierdzenie, że przedsiębiorca zobowiązał się do przestrzegania kodeksu dobrych praktyk lub twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeśli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 1 i 3 unpr). Ustawa do nieuczciwych praktyk rynkowych zalicza również stosowanie kodeksu dobrych praktyk, którego postanowienia są sprzeczne z przepisami prawa. Za takie postanowienia kodeksu dobrych praktyk uznaje się przykładowo te, które omijają prawo, ale również takie, które wprost łamią normy prawne ustalone przez ustawodawcę. Za takie działania odpowiada twórca kodeksu dobrych praktyk. Ustawa wskazuje, że twórcą nie jest każdy sygnatariusz kodeksu, ale podmiot odpowiedzialny za jego przygotowanie, wprowadzenie w życie lub nadzór nad przestrzeganiem kodeksu dobrych praktyk. W praktyce najczęściej będą to członkowie organów wewnętrznych stowarzyszenia przedsiębiorców.

Biorąc pod uwagę powyższe, bardziej właściwe pod względem ekonomicznym i funkcjonalnym, wydaje się dążenie do podjęcia przez przedsiębiorców zobowiązania do stosowania rzetelnych praktyk cenowych, poprzez zachęcanie zrzeszeń przedsiębiorców do stworzenia kodeksu dobrych praktyk. Mechanizmy „kontroli” samoregulacji wynikające z unpr mogłyby stanowić dopełnienie kontroli samoregulacji dokonywanej w ramach wewnętrznych struktur zrzeszeń przedsiębiorców.

Z analizy doświadczeń państw strefy euro wynika, że Logo – znak kampanii stanowił jeden z kluczowych elementów tego typu inicjatyw oraz był wykorzystywany przez przedsiębiorców w celach reklamowych. Powodował poprawę wizerunku przedsiębiorcy oraz stanowił dla konsumentów wskazówkę w jakich sklepach stosowane są rzetelne praktyki cenowe. System samoregulacji nie wyklucza, aby przedsiębiorcy samodzielnie wypracowali mechanizmy reklamy, w tym odpowiednie i łatwego do odczytania Logo. Przystępowanie do kodeksów dobrych praktyk jest już obecnie często wykorzystywane przez przedsiębiorców w celach reklamowych.

Niezależnie od tego, proponuje się stworzenie tzw. białych list przedsiębiorców, na której zamieszczone byłyby nazwy przedsiębiorców, którzy pomyślnie przeszli kontrolę Inspekcji Handlowej. Biała lista mogłaby być podawana do wiadomości szerokiego grona konsumentów (niezbędna byłaby promocja białych list np. w Internecie). Możliwość znalezienia się na białej liście mogłoby pełnić rolę „bonusa” i stanowić dla konsumentów wskazówkę, którym przedsiębiorcom należy się większe zaufanie. Natomiast w przypadku negatywnego wyniku kontroli przeprowadzonej przez Inspekcję Handlową, nazwa przedsiębiorcy umieszczana byłaby na tzw. czarnej liście z krótkim wskazaniem wykrytych

nieprawidłowości. Wyniki kontroli w zakresie monitoringu cen przeprowadzane przez Inspekcję Handlową będą często podawane do wiadomości publicznej, co wyklucza taką możliwość, że tzw. czarne albo białe listy przedsiębiorców nie będą zawierały aktualnych danych.

Ponadto należy rozważyć przyjęcie innych rozwiązań o charakterze pomocniczym, mających na celu przeciwdziałanie nieuzasadnionym podwyżkom cen w związku z przyjęciem euro. Za przykład mogą posłużyć rozwiązania zrealizowane na Malcie czy Słowacji. W szczególności należałoby stworzyć specjalną infolinię, za pośrednictwem której konsumenci mogliby nie tylko uzyskiwać informacje, ale mogliby również składać skargi dotyczące naruszeń. Ponadto bardzo pozytywnie należy również ocenić rozwiązanie przyjęte na Malcie w postaci udostępnienia specjalnego numeru, pod który można było wysłać SMS, celem przeliczenia konkretnej kwoty na euro. Innym rozwiązaniem zasługującym na wdrożenie, jest zachęcanie przedsiębiorców do zamieszczania w placówkach handlowych eurokalkulatorów, które umożliwią konsumentom weryfikację przeliczenia ceny dokonanego przez przedsiębiorcę.

2. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad podwójnej ekspozycji cen w walucie narodowej i euro

2.1. Austria

Najistotniejsze podstawowe kwestie dotyczące Unii Gospodarczej i Walutowej oraz wprowadzenia wspólnej waluty zostały uregulowane w tytule VI Traktatu WE (art. 102 a do art. 109 m Traktatu WE; wersja z Maastricht)⁵⁹. Dodatkowo niezbędne było wprowadzenie uregulowań w ramach prawa wtórnego, tworzących prawo walutowe dotyczące euro. Były to m.in.:

- Rozporządzenie Rady (WE) Nr 1103/97 z dnia 17 czerwca 1997 r. w sprawie niektórych przepisów dotyczących wprowadzenia euro⁶⁰ (oparte na art. 235 Traktatu WE);
- Rozporządzenie Rady (WE) nr 974/98 z dnia 3 maja 1998 r. w sprawie wprowadzenia euro⁶¹ (oparte na art. 109 l (4) Traktatu WE).

Równocześnie przejście na wspólną walutę spowodowało konieczność wydania przepisów dodatkowych na poziomie krajowym, mających ułatwić podmiotom gospodarczym przygotowanie i przestawienie się na euro. Były to m.in.:

- Ustawa wymiaru sprawiedliwości w sprawie euro z dnia 14 sierpnia 1998 r. (*1. Euro-Justiz-Begleitgesetz*)⁶²;
- Ustawa finansowa w sprawie euro z dnia 14 sierpnia 1998 r. (*1. Euro-Finanzbegleitgesetz*).⁶³

Austria wprowadzając do swojego ustawodawstwa obowiązek podwójnej ekspozycji cen,⁶⁴ zrealizowała w ten sposób przedmiot Zalecenia Komisji Europejskiej 98/287/EC z 23 kwietnia 1998 r. dotyczącego podwójnej ekspozycji cen i innych kwot pieniężnych (*Commission Recommendation 98/287/EC of 23 April 1998 concerning dual display of prices and other monetary amounts*).⁶⁵

Austriackim aktem prawnym, którego zadaniem było uregulowanie kwestii związanych z podwójnym podawaniem cen towarów i usług oferowanych konsumentom była Ustawa w sprawie podawania cen w euro z dnia 22 lipca 1999 r. (EWAG) (*Euro-Währungsangabengesetz – EWAG*).

Celem wprowadzenie tej regulacji było zapewnienie zorganizowanego przejścia na euro, umożliwienie klientom stopniowe przystosowanie się i przygotowanie do cen wyrażonych w euro, wspieranie konkurencyjności, przeciwdziałanie wystąpieniu skoków inflacyjnych w związku z wprowadzeniem euro poprzez umożliwienie klientom dokonywania porównań cen podawanych w dwóch walutach.⁶⁶

Zgodnie z przepisami Ustawy (EWAG) obowiązek podwójnej ekspozycji cen w Austrii miał rozpocząć się w dniu 1 października 2001 r. i miał trwać do 28 lutego 2002 r. (miał zakończyć się wraz z wyłączeniem szylinga austriackiego jako ustawowego środka płatności). W przypadku umów długoterminowych (np. ubezpieczenia, najmu itd.) zgodnie z postanowieniami 1 ustawy regulującej wymiar sprawiedliwości (*1. Euro-Justiz-Begleitgesetz*) już od 1.1.1999 wszystkie istotne wartości miały być, co do zasady, podawane w szylingach i w euro. Od niniejszej zasady można było odstąpić tylko wówczas, gdy zostało ustalone, że klient w trakcie roku 2001 miał otrzymać drogą pocztową powiadomienie o istotnych kwotach zawartych

⁵⁹ Dz. U. C 191/1992

⁶⁰ Dz. U. L 162/1997

⁶¹ Dz. U. L 139/1998

⁶² BGBl. I Nr. 125/1998

⁶³ BGBl. I Nr. 126

⁶⁴ Narodowy Bank Polski (2001): „Euro – nowa waluta zjednoczonej Europy”, s. 48

⁶⁵ Dz. U. L. 130/1998

⁶⁶ § 2 *Euro-Währungsangabengesetz*

w umowie, podanych w obu walutach. W przypadku umów długoterminowych zawartych przed 1.1.1999 także w trakcie roku 2001 musiało nastąpić pisemne powiadomienie, w którym miały być kwoty przeliczone na euro.⁶⁷

Jednocześnie Ustawa (EWAG) przewidziała możliwość przedłużenia przez Rząd Federalny okresu obowiązkowej podwójnej ekspozycji najpóźniej do dnia 31 grudnia 2002 r., jeśli miałyby to być konieczne do osiągnięcia celów przedmiotowej Ustawy. Warunkiem skorzystania z takiej możliwości była konieczność uprzedniego wysłuchania Komisji ds. cen w euro, funkcjonującej przy Federalnym Ministerstwie Spraw Gospodarczych.⁶⁸

Po okresie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen przedsiębiorcy austriaccy mogli dobrowolnie kontynuować podawanie cen w obu walutach.⁶⁹

Zasady podwójnej ekspozycji cen

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen miał obejmować przedsiębiorstwa, które zobowiązane zostały do podawania konsumentom ostatecznym kwot w dwóch walutach. Przedmiotowy obowiązek dotyczył także czynności komercyjnych wykonywanych przez terenowe osoby prawne prawa publicznego w ramach zarządzania gospodarką prywatną oraz administrację federalną w przypadku podawania kwot końcowych w decyzjach lub innych indywidualnie wydawanych aktach administracyjnych.⁷⁰ Obowiązek ten miał odnosić się do podawania kwot pieniężnych w szylingach i euro dla wszystkich pojedynczych pozycji znajdujących się na paragonie (np. kwoty zapłaconej przez klienta oraz kwoty reszty) oraz kwoty końcowej, chyba że przepisy Ustawy (EWAG) będą stanowiły inaczej. Przy czym sumowanie poszczególnych pozycji miało dotyczyć wyłącznie waluty w jakiej miał być sporządzony bilans.⁷¹

Zgodnie z przepisami Ustawy (EWAG) przedsiębiorcy zostali zobowiązani do podawania cen w dwóch walutach w ofertach, kosztorysach, na rachunkach/fakturach, pokwitowaniach, przy wszelkiego rodzaju reklamie, jeśli wymieniona miała być w niej cena sprzedaży, a także w przypadkach gdzie na mocy prawa federalnego zostali zobowiązani do podawania kwot pieniężnych w obu walutach.⁷² Jednocześnie przepisy Ustawy (EWAG) dopuściły możliwość zniesienia ww. obowiązku na podstawie umowy zawartej między przedsiębiorcą a konsumentem.⁷³

W ramach podwójnej ekspozycji cen ceny w dwóch walutach należało podawać w taki sposób, by średnio uważna osoba mogła je z łatwością odczytać i przyporządkować do waluty oraz by możliwe było jednoczesne odczytanie obu informacji. W praktyce miało to następować w ten sposób, że przy cenach podawanych obok siebie po lewej powinna znajdować się cena w szylingach, a po prawej w euro, zaś przy cenach podawanych jedna nad drugą – cena w szylingach powinna znajdować się na górze, a w kwota w euro na dole.⁷⁴

Ponadto przedsiębiorcy zostali zobowiązani do wywieszenia w pobliżu kasy w dobrze widocznym miejscu informacji o kursie wymiany, o walucie, w której sporządzany miał być paragon oraz listę z reprodukcjami

⁶⁷ Euro-Umstellung im öffentlichen Sektor Bundesministerium für Finanzen Mai 1999 (Przejście na euro w sektorze publicznym, Federalne Ministerstwo Finansów, Maj 1999)s. 34

⁶⁸ § 4 *Euro-Währungsangabengesetz*

⁶⁹Eife T. (2006): *Price Setting Behaviour and Price Setting Regulations at the Euro Changeover*, Bank of Estonia Working Paper Series, str.20.

⁷⁰ Ibid. s. 33

⁷¹ § 5 (2) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁷² § 5 (1) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁷³ § 5 (3) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁷⁴ § 6 (1) i (2) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

wizerunków banknotów i monet – szylingów oraz banknotów i monet w euro wraz z przeliczeniem ich wartości w drugiej walucie.⁷⁵

Ustawodawca austriacki wprowadzając zasady podwójnej ekspozycji cen, mające na celu zagwarantowanie bezpieczeństwa prawnego podczas przejścia na euro oraz po to, by zapobiec nieuzasadnionym podwyżkom cenowym związanym z wprowadzeniem euro, wziął również pod uwagę postulat przedsiębiorców, by zasady te miały być realizowane w sposób, który generuje możliwie jak najmniej kosztów oraz aby uwzględniana była specyfika poszczególnych branż czy sektorów.⁷⁶ Właściwy minister federalny na podstawie przepisów przedmiotowej Ustawy (EWAG) uzyskał kompetencje do ustalenia w drodze rozporządzenia innych stosownych działań, umożliwiających obliczanie kwot w szylingach i w euro w przypadku, gdy ustawowy sposób podawania cen w dwóch walutach mógł stanowić pod względem technicznym lub ekonomicznym niemożliwe do wypełnienia obciążenie. Minister przyjmując takie ustalenia powinien mieć na uwadze cele przedmiotowej regulacji, wysłuchać Komisji ds. cen w euro oraz uwzględnić porozumienie Federalnej Izby Pracy lub Izby Gospodarczej Austrii bądź właściwego ustawowego przedstawicielstwa interesów.⁷⁷

Zgodnie z przepisami Ustawy (EWAG) za wymianę zwykłych kwot handlowych z szylingów na euro i odwrotnie nie mogły być naliczane żadne koszty.⁷⁸

Podwójna ekspozycja cen – rozwiązania szczegółowe

Celem ograniczenia generowania nadmiernych kosztów spowodowanych wprowadzeniem obowiązku podwójnej ekspozycji cen przewidziano różne uregulowania szczegółowe, takie na przykład, które dotyczyły pokwitowań kasowych, na których w obu walutach wykazywane są jedynie sumy końcowe oraz ewentualnie kwota lub kwota reszty, a nie poszczególne pozycje. Małe przedsiębiorstwa mogły spełnić obowiązek podawania cen w obu walutach stosując listy cenowe czy tabele przeliczeniowe. Uregulowania szczegółowe Ustawa (EWAG) przewidywała również w odniesieniu do stacji benzynowych, księgarni oraz taksówek, katalogów i automatów oraz dla wyciągów z kont.⁷⁹

Stacje benzynowe

Podmioty prowadzące stacje paliw, gdzie tankowane są paliwa przy dystrybutorze lub w jego bezpośredniej bliskości musiały w sposób wyraźny podać walutę sporządzania rachunku, kurs przeliczeniowy za jeden litr paliwa w szylingach oraz w euro oraz listę z wymienionymi banknotami i monetami – szylingami oraz banknotami i monetami w euro wraz z przeliczeniem ich wartości w drugiej walucie. Ceny za litr podawane w euro miały być podawane z dokładnością do trzech miejsc po przecinku.⁸⁰

Katalogi

Przedsiębiorcy wydający katalogi zawierające istotną część ich asortymentu sprzedaży lub usług, uzyskali możliwość wywiązania się z obowiązku podwójnej ekspozycji cen w przypadku cen podawanych w katalogu poprzez dołączenie do katalogu czytelnej listy cen uporządkowanej wzrastająco. Przedmiotowa lista musiała obejmować wszystkie zawarte w katalogu ceny wraz z podaniem waluty i cen w drugiej

⁷⁵ § 6 (3) Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)

⁷⁶ Euro-Umstellung im öffentlichen Sektor Bundesministerium für Finanzen Mai 1999, s. 33

⁷⁷ § 7 Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)

⁷⁸ § 18 Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)

⁷⁹ Euro-Umstellung im öffentlichen Sektor Bundesministerium für Finanzen Mai 1999, s. 33

⁸⁰ § 8 Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)

walucie. Przedsiębiorcy mogli również zaproponować inne stosowne pomoce przeliczeniowe, umożliwiające obliczenie kwoty w szylingach i w euro, na przykład pomoce techniczne.⁸¹

Branża taksówkarska

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen określony przepisami Ustawy (EWAG) w przypadku taksówek wyposażonych w taksometry pokazujące ceny za przejazd w kilku walutach został spełniony poprzez stosowanie takich urządzeń. Na prośbę pasażera kierowca winien był przełączyć urządzenie, które wówczas wskazywało należną cenę w innej walucie. Jednocześnie taksówkarze zostali obowiązani do umieszczenia w dobrze widocznym miejscu tabliczki z informacją dla konsumenta o możliwości odczytania ceny w szylingach i w euro.⁸²

Natomiast w przypadku taksówek niewyposażonych w taksometry pokazujących ceny za przejazd w kilku walutach należało tuż obok taksometru umieścić informację zawierającą kurs wymiany, walutę sporządzania bilansu oraz trzy przykładowe typowe wysokości opłat za przejazd podane w szylingach i w euro.⁸³

Gry losowe

Koncesjonariusze w rozumieniu przepisów Ustawy o grach losowych (Federalny Dziennik Ustaw nr 620/1989) celem spełnienia obowiązku podwójnej ekspozycji cen mogli wywiesić w punktach sprzedaży i obsługi gier losowych w dobrze widocznym miejscu listy z podanymi cenami w obu walutach. Powinni także wyłożyć takie listy w formie ulotek. Przy automatach do gier losowych i automatach do sprzedaży gier losowych stawki, ceny i wygrane należało podawać na umieszczonej przy automacie dobrze czytelnej liście, zawierającej ceny w szylingach i w euro.⁸⁴

Sprzedaż książek

W przypadku sprzedaży konsumentom książek i innych produktów wydawniczych obowiązek podwójnej ekspozycji cen mógł zostać spełniony w następujący sposób:

- w odniesieniu do książek i produktów wydawniczych, które zostały dostarczone przed 1 lipca 2001 r. należało wywiesić informację, która zwracała uwagę na tę okoliczność oraz kurs wymiany wraz z przykładami co najmniej pięciu typowych w księgarni cen książek podanymi w szylingach i w euro;
- w odniesieniu do książek i produktów wydawniczych, które zostały dostarczone po 1 lipca 2001 r., o ile wydawnictwo lub hurtownik nie dokonał oznakowania produktu dwoma cenami, należało przygotować odpowiednie tabele przeliczeniowe.⁸⁵

Automaty towarowe i usługowe

Przedsiębiorcy obsługujący automaty towarowe i usługowe mogli wywiązać się z obowiązku podwójnej ekspozycji cen poprzez wymienienie na czytelnej liście, umieszczonej na automacie, cen towarów lub usług dystrybuowanych za pośrednictwem automatów podanych w szylingach i w euro. W przypadku automatów przyjmujących różną walutę, obowiązek podwójnej ekspozycji cen mógł zostać spełniony, jeśli zostanie umieszczona czytelna informacja, że kwota w szylingach nie może być z przyczyn technicznych realizowana jako kwota w euro i w związku z tym może

⁸¹ § 9 *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁸² § 10 (1) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁸³ § 10 (2) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁸⁴ § 11 *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

⁸⁵ § 12 *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

pojawić się różnica względem kwoty w szylingach wynosząca maksymalnie pięć centów. Jeżeli różnica byłaby większa niż pięć eurocentów należało dokonać odpowiedniego wyrównania wartości.⁸⁶

Mali przedsiębiorcy

Mali przedsiębiorcy (zatrudniający: w całym przedsiębiorstwie maksymalnie dziewięć osób w pełnym wymiarze godzin; w swoich zakładach maksymalnie pięciu pracowników w pełnym wymiarze) oferujący do sprzedaży lub sprzedający towary, otrzymali możliwość wypełnienia obowiązku podwójnej ekspozycji cen w sposób odmienny niż przewidywały to przepisy Ustawy (EWAG). Oznaczało to, iż mogli oni podjąć inne stosowne działania, umożliwiające konsumentowi obliczenie kwoty w szylingach i w euro (np. poprzez zastosowanie list cenowych lub tabel przeliczeniowych).⁸⁷

Jednocześnie Federalny Minister Spraw Gospodarczych celem zabezpieczenia lokalnego zaopatrzenia i uniknięcia niewspółmiernych kosztów administracyjnych w małych przedsiębiorstwach otrzymał kompetencje, aby na drodze rozporządzenia przewidzieć dla poszczególnych obszarów gospodarki lub określonych przedsiębiorstw odstępstwo od pojedynczych obowiązków ustalonych w § 5 Ustawy (EWAG).⁸⁸

Cena podstawowa

W przypadku towaru zapakowanego, o ile konieczne byłoby podawanie jego ceny podstawowej, oznaczenie na towarze ceny podstawowej mogło nastąpić tylko w jednej walucie. Jednocześnie informację o powyższej możliwości należało zawiesić na tabliczce informacyjnej, zgodnie z § 6 ust. 3 Ustawy (EWAG).⁸⁹

Kasy fiskalne

W przypadku paragonów z kas fiskalnych obowiązek podawania kwot w dwóch walutach dotyczył sumy końcowej, a nie pojedynczych pozycji. Gdy na takim paragonie wydrukowywana została kwota reszty, wówczas również tę kwotę należało podać w drugiej walucie. Przy czym przepisy dopuściły możliwość odrębnego napisania sumy końcowej lub kwoty reszty w drugiej walucie.⁹⁰

Przedsiębiorcy, w których przedsiębiorstwach zatrudniający w pełnym wymiarze maksymalnie dziewięć osób, na paragonach z systemów kasowych, które nie mogły być programowane przez to przedsiębiorstwo, uzyskali możliwość podawania zarówno poszczególnych pozycji jak i sumy końcowej w walucie, w której sporządzany był u nich paragon. Na żądanie konsumenta przedsiębiorcy mieli jednak obowiązek dopisania kwoty końcowej na paragonie w drugiej walucie, w razie konieczności także ręcznie. O tej możliwości powinna była informować tabliczka wisząca nieopodal kasy.⁹¹

Wyciągi z rachunków bankowych i pokwitowania stosowane w obrocie płatniczym

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen wynikający z przepisów przedmiotowej Ustawy (EWAG) nie miał zastosowania w odniesieniu do pokwitowań stosowanych w obrocie płatniczym lub w transakcjach instytucji kredytowych dotyczących papierów wartościowych.⁹²

⁸⁶ § 13 *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁸⁷ § 14 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁸⁸ § 14 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁸⁹ § 15 *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹⁰ § 16 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹¹ § 16 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹² § 17 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

W przypadku wyciągów bankowych wystawionych pomiędzy 1 stycznia 2001 r. i momentem, gdy szyling przestanie być ustawowym środkiem płatniczym, saldo na rachunkach prowadzonych w szylingach i w euro należało podawać także w drugiej walucie.⁹³

W odniesieniu do książeczek oszczędnościowych, jeśli nie ustalono w indywidualnym przypadku wcześniejszej zmiany na euro książeczki prowadzonej w szylingach należało dokonać takiej zmiany wraz z upływem 31. grudnia 2001 r., przy czym na książeczce oszczędnościowej powinno pojawiać się saldo w euro i w szylingach z jednoczesnym wskazaniem kurs wymiany. Od dnia 1 stycznia 2002 r. księgowania na książeczkach oszczędnościowych miały być dokonywane wyłącznie w euro.⁹⁴

Podwójna ekspozycja cen w administracji federalnej

Organy administracji zostały zobowiązane do podawania kwot końcowych pojawiających się w sentencji decyzji lub innego aktu prawnego wydanego w indywidualnej sprawie w szylingach i w euro. Podawanie kwot w dwóch walutach miało następować w ten sposób, by zarówno kwota w szylingach jak i w euro była czytelna i można ją było jednoznacznie przyporządkować do danej waluty.⁹⁵ Jednocześnie zgodnie z przepisami Ustawy (EWAG) podawanie kwot końcowych w drugiej walucie miało charakter wyłącznie informacyjny dla adresatów danego aktu administracyjnego.⁹⁶

2.2. Niemcy

W celu dostosowania niemieckiego systemu prawnego do sprawnego przejścia na euro powołana została Grupa robocza ds. UGW, której zadaniem była m.in. eliminacja przeszkód prawnych, utrudniających posługiwanie się euro w sektorze prywatnym oraz okresowe przedkładanie Rządowi Federalnemu raportów ze swojej działalności i przebiegu prac dostosowawczych. W dniu 5 lipca 2000 r. przygotowany został czwarty raport Grupy pt.: „Wprowadzenie euro do porządku prawnego i administracji publicznej”⁹⁷, który stanowił rodzaj narodowego planu wprowadzenia euro. Dostosowania na szczeblu rządowym oraz w sektorze prywatnym były jedną z głównych kwestii, których raport dotyczył⁹⁸.

Podwójnej ekspozycji cen poświęcony został jeden z podrozdziałów ww. raportu. Stosownie do informacji zamieszczonych w dokumencie, Konfederacja Niemieckiego Handlu Detalicznego (HDE) oraz dziesięć innych organizacji gospodarczych w porozumieniu z Grupą Roboczą Związków Konsumentów podjęły Dobrowolne zobowiązanie niemieckiego handlu detalicznego względem konsumentów w związku z wprowadzeniem euro⁹⁹. Ich deklaracja przewiduje w pierwszej części generalne zobowiązanie do uczciwego postępowania względem konsumentów w związku z przygotowaniem i wprowadzeniem euro. Przedsiębiorcy zobowiązali się, że będą odpowiednio wcześnie i szczegółowo informować konsumentów i zapewniać transparentność cenową. W drugiej części deklaracji przedsiębiorstwa nałożyły na siebie konkretne zobowiązania mające na celu spełnienie tych kryteriów, w tym w szczególności obowiązek przeliczania cen zgodnie z oficjalnym kursem wymiany oraz zasadami zaokrąglania zawartymi w artykule 4

⁹³ § 17 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹⁴ § 17 (3) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹⁵ § 29 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹⁶ § 29 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

⁹⁷ Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung, 4. Bericht des Arbeitsstabes europäische Wirtschafts und Währungsunion des Bundesministeriums der Finanzen und der Bundesministerien vom 5. Juli 2000.

⁹⁸ Por. Narodowy Bank Polski (2001): „Euro – nowa waluta zjednoczonej Europy”, s. 32.

⁹⁹ Freiwillige Selbstverpflichtung des deutschen Einzelhandels gegenüber den Verbrauchern im Zusammenhang mit der Einführung des Euro, źródło: Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung

i 5 rozporządzenia WE nr 1103/97 z dnia 17.6.1997 w sprawie określonych przepisów w związku z prowadzeniem euro.

Podawanie cen w dwóch walutach, o którym mowa w deklaracji odnosiło się do umieszczania lub zapisywania cen:

- na towarach, które były widoczne na wystawach, w witrynach wewnątrz lub na zewnątrz pomieszczeń sprzedaży lub które były w inny sposób eksponowane,
- na towarach, do których konsument miał bezpośredni dostęp,
- w reklamie towarów skierowanej do konsumenta zawierającej ceny, a umieszczonej w gazetach, czasopiśmie, prospektach, na plakatach, emitowanej w radio lub telewizji lub prezentowanej w inny sposób,
- na listach taryfowych i cenowych.

W dokumencie zastrzeżono, iż podawanie cen w dwóch walutach uzależnione jest od możliwości technicznych przedsiębiorców i odnosi się do ceny końcowej do zapłaty lub, po dokonaniu zakupu, sumy całkowitej na paragonie kasowym lub rachunku (również wystawianym ręcznie). Podkreślono, iż w sytuacji, gdy zastosowanie podwójnej ekspozycji cen będzie się wiązało z nadmiernym nakładem, wówczas przedsiębiorcy powinni udostępnić klientowi informacje zastępcze.

Ilość towarów oznakowanych dwoma cenami miała się stopniowo zwiększać od momentu wprowadzenia nowej waluty. W deklaracji zapisano, iż do dnia 1 lipca 2001 r. istotna część towarów, a w miarę możliwości ich większość, powinna posiadać oznakowanie w dwóch walutach. Przy podawaniu cen w dwóch walutach, przestrzegane miały być zasady uczciwości i klarowności cenowej, a przedsiębiorcy mieli zatroszczyć się o łatwą rozpoznawalność i czytelność podawanych cen.

Poza bezpośrednim podawaniem cen w dwóch walutach przedsiębiorcy byli zobowiązani do podjęcia działań na rzecz różnych grup konsumentów, które to działania miały na celu zapoznanie klientów z relacją wartości pomiędzy DM i euro i ułatwienie im przyszłego stosowania euro. Takimi działaniami, zgodnie z deklaracją, miały być na przykład:

- ulotki informacyjne stanowiące pomoc przy przeliczaniu oraz tabele walutowe,
- akcje, których celem było odpowiednio wczesne zapamiętanie przez konsumenta kursu wymiany pomiędzy euro i DM,
- dodatkowe tablice z cenami, np. podwieszane do sufitu, prezentujące wybrane ceny w obu walutach,
- dalsze przekazywanie informacji przygotowanych przez federację HDE.

Jak wskazano w raporcie, jeszcze przed Unią Walutową podejmowane były inicjatywy mające na celu przekazywanie odpowiednich informacji konsumentom. Po ustaleniu i ogłoszeniu oficjalnych kursów wymiany większość dużych sklepów, marketów, drogerii i innych sprzedawców detalicznych rozpoczęła, zgodnie z dobrowolnym zobowiązaniem, podawanie cen w obu walutach oraz wskazywanie na paragonach kasowych sum końcowych w DM i w euro. Działania te, jak podkreślono w dokumencie, miały na celu zapewnienie transparentności cenowej, będącej istotnym celem niemieckich uregulowań prawnych w sprawie podawania cen oraz służyły temu, by konsumenci przyzwyczaili się do euro.

Raport przewidywał również utworzenie w Federalnym Ministerstwie Gospodarki i Technologii w ramach realizacji zobowiązania związków handlu tzw. „Euro-Forum”, które miało być aktywnym instrumentem służącym dialogowi pomiędzy rządem federalnym, handlem i konsumentami w zakresie pojawiających się wątpliwości dotyczących podawania cen.

2.3. Słowenia

Aktem prawnym, którego głównym założeniem było ustanowienie ram prawnych potrzebnych do wprowadzeniu euro, jako jednostki monetarnej na terenie Słowenii była Ustawa o przyjęciu euro [*Euro Adoption Act (ZUE)*]¹⁰⁰. Natomiast aktem prawnym, którego zadaniem było uregulowanie kwestii związanych z podwójnym podawaniem cen towarów i usług oferowanych konsumentom była Ustawa o podawaniu cen w dwóch walutach: w tolarach i w euro [*Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*]¹⁰¹. Celem wprowadzenia tej regulacji było zapewnienie zorganizowanego przejścia na euro, umożliwienie klientom stopniowe przystosowanie się i przygotowanie do cen wyrażonych w euro oraz przeciwdziałanie wystąpieniu wyższej inflacji w związku z wprowadzeniem euro poprzez umożliwienie klientom dokonywania porównań cen podawanych w dwóch walutach.¹⁰²

W Słowenii wprowadzono specyficzne rozwiązanie w postaci obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen jeszcze przed oficjalnym ustaleniem kursu konwersji przez Radę, przy obowiązkowym zastosowaniu parytetu centralnego w ERM II (tzw. referencyjna podwójna ekspozycja cen, dla celów porównawczych).¹⁰³ Następnie po ustaleniu kursu konwersji następowała właściwa podwójna ekspozycja cen – zgodnie z zasadą od dnia następnego przy użyciu tego kursu, jednak z możliwością podwójnej ekspozycji cen przy użyciu kursu centralnego jeszcze przez 14 dni od dnia ustalenia kursu konwersji. Podwójna ekspozycja cen zgodnie z założeniami miała być obowiązkowa od 1 marca 2006 r. (€-10m) do 30 czerwca 2007 r.¹⁰⁴

Przedsiębiorcy mogli dobrowolnie podawać ceny w dwóch walutach przed 1 marca 2006 r. (od 15.11.2005 r. kiedy weszła w życie ustawa regulująca podwójną ekspozycję cen), jednakże musieli stosować wprowadzone zasady dotyczące obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen.¹⁰⁵

Przeliczanie i zaokrąglanie cen w ramach podwójnej ekspozycji cen miało następować przy wykorzystaniu sześciocyfrowego oficjalnego kursu wymiany walut. W ciągu okresu podawania cen w celach porównawczych, przeliczanie kwot w tolarach na euro odbywało się poprzez dzielenie kwoty w tolarach przez kurs centralny; natomiast w okresie podawania cen w dwóch walutach dzieliło się ją przez oficjalny kurs wymiany. Wprowadzono zakaz przeliczania waluty narodowej na euro, poprzez przemnożenie przez odwrotność kursu wymiennego.¹⁰⁶

Wprowadzono również obowiązek zaokrąglania kwot pieniężnych do zapłaty lub do wprowadzenia do sprawozdań finansowych do wartości najbliższego centa (w przypadku, gdy w wyniku przeliczenia otrzymano wartość leżącą dokładnie po środku, należało dokonać zaokrąglenia w górę).¹⁰⁷

Zasady podwójnej ekspozycji cen

W okresie podwójnej ekspozycji cen przedsiębiorcy mieli obowiązek podawać ceny towarów i usług w dwóch walutach w celach porównawczych. Ceny podane w innej walucie podawane były w celach informacyjnych.¹⁰⁸

¹⁰⁰ No 450-05/06-7/4

¹⁰¹ No 312-01/05-4/2

¹⁰² Art. 2 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰³ Art. 4 ust. 1 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰⁴ Art. 5 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰⁵ Art. 4 ust. 2 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰⁶ Art. 9 ust. 1 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰⁷ Art. 9 ust. 2 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

Ceny należało podawać w dwóch walutach w taki sposób, by umożliwić konsumentom łatwe i prawidłowe odczytanie cen i ich porównanie.¹⁰⁹

Jednocześnie przedsiębiorcy zostali zobowiązani do umieszczenia w widocznym miejscu informacji wskazującej, iż przeliczenia dokonano zgodnie z oficjalnym kursem wymiany.¹¹⁰

Zgodnie z przepisami Ustawy (ZDOCTE) podawania cen w obydwu walutach nie było wymagane dla:

- ceny jednostkowej produktu (za kilogram, litr, metr, metr kwadratowy, metr sześcienny, sztukę lub jakąkolwiek miarę jednostkową), ponieważ w obydwu walutach podawane miały być tylko ceny sprzedaży;
- kwot widniejących na naklejkach drukowanych przez wagi (jednostki konsumpcyjne o różnej treści), gdzie cena sprzedaży mogła być wyrażona tylko w głównej walucie;
- kwot widniejących na cyfrowych oznaczeniach cen (np. ekrany, znaki), gdzie cena sprzedaży mogła być wyrażona tylko w głównej walucie;
- znaczków pocztowych lub innego rodzaju oznaczeń cen dla usług pocztowych, gdzie cena sprzedaży może być wyrażona tylko w głównej walucie.¹¹¹

Minister właściwy ds. gospodarki na podstawie przepisów Ustawy (ZDOCTE) uzyskał kompetencje do ustalenia w drodze rozporządzenia innych środków właściwych dla potrzeb ww. Ustawy, jeżeli z uwagi na rodzaj towarów i usług lub sposób, w jaki są one oferowane, podawanie cen w dwóch walutach w celach porównawczych stanowiło niemożliwe do przyjęcia obciążenie techniczne lub ekonomiczne oraz wiązało się z nieproporcjonalnie wysokimi kosztami dla firm.¹¹²

Podwójna ekspozycja cen – rozwiązania szczegółowe

Fakturowanie ¹¹³

Przy wystawianiu faktur za towary lub usługi, podwójna ekspozycja cen dotyczyła tylko kwoty ogółem. Przedsiębiorcy wystawiający faktury na tzw. bloczkach lub wykorzystujący kasy (bez wsparcia systemu komputerowego) mogli podawać kwotę ogółem tylko w walucie głównej. W przypadku, gdy klient zażądał podania na paragonie kwoty ogółem w innej walucie, przedsiębiorca miał wówczas obowiązek dopisać ją odręcznie. Odręczne wpisanie kwoty ogółem w innej walucie nie było wymagane w odniesieniu do paragonów za usługi przewozu autobusami międzymiastowymi.

W przypadku gdy przedsiębiorca prowadził system przekazów pieniężnych dla potrzeb wnoszenia płatności za towary i usługi, tylko faktury musiały zawierać kwotę ogółem w obydwu walutach. Na przekazach pieniężnych mogła widnieć tylko kwota wyrażona w głównej walucie.

Stacje benzynowe

Stacje benzynowe powinny podawać ceny za litr benzyny w obydwu walutach, wraz z oficjalnym kursem wymiany, na lub w pobliżu dystrybutorów. Cena za litr benzyny w euro była podawana do trzeciego miejsca po przecinku.¹¹⁴

¹⁰⁸ Art. 6 ust. 1 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹⁰⁹ Art. 6 ust. 3 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁰ Art. 4 ust. 1 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹¹ Art. 6 ust. 2 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹² Art. 8 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹³ Art. 10 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁴ Art. 7 ust. 1 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

Sprzedaż katalogowa

Przedsiębiorcy oferujący swoje towary i usługi za pośrednictwem katalogów, w celu spełnienia wymogów Ustawy (ZDOCTE), mogli podawać ceny w walucie głównej obowiązującej w dniu publikacji katalogu. Katalogi należało uzupełniać informacjami dotyczącymi kursu konwersji oraz wykazem wszystkich cen katalogowych wyrażonych w obydwu walutach i w porządku rosnącym. Katalogi musiały zawierać informacje na temat metody przeliczania cen w podanych walutach w związku ze zmianami kursu konwersji walut wynikającymi z określenia oficjalnego kursu wymiany.¹¹⁵

Punkty sprzedaży mięsa, ryb, chleba, ciastkarnie i sklepy delikatesowe

Punkty sprzedaży mięsa, ryb, chleba, ciastkarnie i sklepy delikatesowe mogły alternatywnie w widocznym miejscu umieścić listę cen wszystkich produktów wyrażonych w obu walutach.¹¹⁶

Automaty do sprzedaży

Na automatach do sprzedaży musiały zostać umieszczone, w widocznym miejscu, oficjalny kurs wymiany walut oraz wykaz cen wszystkich towarów i usług w obydwu walutach.¹¹⁷

Sprzedaż książek i innych publikacji

Na książkach i innych publikacjach musiał zostać umieszczony w widocznym miejscu oficjalny kurs wymiany. Analogiczna zasada dotyczyła umieszczenia tabeli przeliczeniowej zawierającej co najmniej 30 najbardziej typowych cen książek i innych wybranych przez sprzedającego publikacji, wyrażonych w porządku rosnącym i w obydwu walutach.¹¹⁸

Gry losowe

Przedsiębiorcy przyjmujący płatności za usługi gier losowych lub świadczący inne usługi dotyczące dowolnej formy gier losowych musieli umieścić oficjalny kurs wymiany oraz wykaz cen w obydwu walutach w widocznym miejscu w swoich punktach sprzedaży lub na automatach do gry.¹¹⁹

Mali przedsiębiorcy

Przedsiębiorcy zatrudniający nie więcej niż 10 pracowników mogli, w sklepach, w których pracuje jednocześnie nie więcej niż 5 pracowników, wybrać metodę inną, niż określanie cen w dwóch walutach, ustanowioną w art. 6 ust. 1 i 3 Ustawy. Musieli jednak umożliwić konsumentom przeliczanie i porównywanie cen w tolarach i w euro w postaci wykazów cen i tabel przeliczeniowych.¹²⁰

Przedsiębiorcy prowadzących działalność na mocy prawa o rzemiośle

W przypadku niektórych form działalności usługowej, gdzie towary wykorzystywane przez dostawcę usługi mogły być sprzedawane klientowi jako produkty detaliczne w celu uzupełnienia świadczonej usługi, wymóg określania cen w dwóch walutach można było spełnić stosując takie środki, jak te, z których korzystali mali przedsiębiorcy.¹²¹

¹¹⁵ Art. 7 ust. 2 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁶ Art. 7 ust. 3 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁷ Art. 7 ust. 4 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁸ Art. 7 ust. 5 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹¹⁹ Art. 7 ust. 6 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹²⁰ Art. 7 ust. 7 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹²¹ Art. 7 ust. 8 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

Przedsiębiorcy oferujący towary i usługi dla potrzeb zawierania transakcji prawnych, w ramach których ceny, roszczenia lub należności są wyrażone w euro, również nie mieli obowiązku stosowania przepisów art. 6 ust. 1 i 3 Ustawy.¹²²

Podobnie przepisy art. 6 ust. 1 i 3 Ustawy nie miały zastosowania do **rolników sprzedających swoje towary bezpośrednio konsumentom**.¹²³

2.4. Cypr

Zasady podwójnej ekspozycji cen Cypr zawarł w ustawie z 15 marca 2007 r. regulującej sprawy związane z przyjęciem euro i płynną wymianą waluty z funta cypryjskiego na euro (dalej także: ustawa w sprawie przyjęcia euro)¹²⁴.

Aby zapewnić porównywalność cen w walucie krajowej i euro, zapobiec nieuzasadnionym podwyżkom cen, które mogłyby zaistnieć w związku z wymianą waluty oraz zaznajomić konsumentów z cenami w nowej walucie, wprowadzono obowiązek ich okresowego podwójnego podawania. Okres obowiązkowego podwójnego podawania cen w funtach cypryjskich i euro rozpoczął się 1 września 2007 r. (tj. pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, który nastąpił po dacie ustalenia oficjalnego kursu wymiany funta cypryjskiego na euro) i był kontynuowany przez 9 miesięcy po przyjęciu euro, tj. do dnia 30 września 2008 r. Obowiązek podwójnego podawania cen dotyczył wszystkich dostawców towarów i usług, z pewnymi wyjątkami, które zostały wskazane w przepisach prawa. W okresie poprzedzającym przyjęcie euro, funt stosowany był jako podstawowa waluta referencyjna na potrzeby wyliczenia równowartości kwot płatnych w euro, podawanych w celach informacyjnych, natomiast od daty przyjęcia euro podstawową walutą referencyjną było euro, a funt funkcjonował jedynie jako równowartość płatnej kwoty.

Jedną z podstawowych zasad, o których mówi ustawa w sprawie przyjęcia euro, jest podwójne podawanie cen w sposób jasny, łatwo rozpoznawalny oraz czytelny.

Podwójne podawanie cen, w myśl ww. ustawy, nie było obowiązkowe w odniesieniu do:

- kwot podawanych na etykietach z wag elektronicznych,
- kwot niższych niż jeden cent funta cypryjskiego (£ 0.01), wyszczególnionych w cennikach lub reklamach,
- cyfrowego wyświetlania cen,
- biletów autobusowych,
- biletów wydawanych przez systemy elektroniczne, w tym biletów lotniczych i biletów na rejsy morskie,
- parkometrów,
- automatów do sprzedaży,

¹²² Art. 7 ust. 9 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹²³ Art. 7 ust. 10 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros (ZDOCTE)*

¹²⁴ Ang. Law regulating matters relating to the adoption of the Euro and the smooth changeover from the pound to the Euro (publ. Official Gazette App. I(I), L.33(I)/2007, N.4117, 15.03.2007) zmienione przez: Amending Law of the Adoption of the Euro Law of 2007 (publ. Official Gazette App. I(I) L. 77(I)/2007, N. 4130, 29.6.2007), [http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/010F047BDD47CB01C22573770039C7D6/\\$file/EURO-ADOPTION-LAW-ENGLISH.pdf?OpenElement](http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/010F047BDD47CB01C22573770039C7D6/$file/EURO-ADOPTION-LAW-ENGLISH.pdf?OpenElement)

- przedpłaconych kart telefonii komórkowej (*prepaid*) i kart do automatów telefonicznych,
- następujących urządzeń Ministerstwa Usług Pocztowych (*Department of Postal Services*):
 - wag elektronicznych,
 - przesyłek poleconych,
 - frankownic,
 - automatów do sprzedaży znaczków samoprzylepnych.

Obowiązkiem podwójnej ekspozycji cen objęto:

- końcową cenę sprzedaży towarów, zawierającą podatek od towarów i usług, o ile podawana jest na metkach i etykietach sklepach lub na produktach, na kuponach zakupowych/zniżkowych, w cennikach, w przetargach lub ofertach oraz w reklamie;
- końcową cenę usług, zawierającą podatek od towarów i usług, o ile podawana jest na etykietach w miejscu świadczenia usług, na kuponach zakupowych/zniżkowych, w cennikach, w przetargach lub ofertach oraz w reklamie;
- całkowitą kwotę do zapłaty podawaną na paragonie w przypadku sprzedaży detalicznej lub na rachunku w przypadku świadczenia usług, lub na fakturze z tytułu zakupu towarów lub usług, zawierającą podatek od towarów i usług.

Ponadto, zastrzeżono, że dostawcy, wystawiający rachunki odręcznie z tytułu sprzedaży towarów i usług, mogli podawać całkowitą kwotę do zapłaty wyłącznie w funtach – w okresie poprzedzającym dzień przyjęcia euro, a od dnia przyjęcia euro – podawać całkowitą kwotę do zapłaty wyłącznie w euro.

Dodatkowo, każdy dostawca towarów i usług został zobligowany do podania w widocznym miejscu kursu wymiany oraz tabeli przeliczeniowej¹²⁵, która została załączona do powiadomienia wydanego przez Ministra Finansów, obejmującej zarówno wartości w euro banknotów i monet denominowanych w funtach, jak i wartości w funtach banknotów i monet denominowanych w euro.

Zgodnie z cypryjską ustawą w sprawie przyjęcia euro, na rachunkach z tytułu sprzedaży detalicznej towarów i usług oraz na odpowiednich fakturach należało podawać oficjalny kurs wymiany do szóstego miejsca po przecinku.

Jednocześnie, w ustawie znalazło się zastrzeżenie, zgodnie z którym Minister Finansów, w przypadkach gdy podwójna ekspozycja cen nie jest praktyczna lub technicznie wykonalna lub gdy wymaga poniesienia przez dostawcę towarów i usług nieproporcjonalnych kosztów finansowych, może w drodze zarządzenia zwolnić z obowiązku podwójnego podawania cen i/lub określić sposób podwójnej ekspozycji cen w takich przypadkach. Dodatkowo wskazano, iż w odniesieniu do problemów, które mogą wynikać z przepisów dotyczących podwójnego podawania cen, każdy szczegół może zostać doprecyzowany przez Ministra Finansów w drodze zarządzenia.

W odniesieniu do banków oraz spółdzielczych instytucji kredytowych (*cooperative credit institutions*), Prezes Banku Centralnego Cypru (*the Governor of the Central Bank*) lub odpowiednio Komisarz Urzędu Nadzoru i Rozwoju Towarzystw Spółdzielczych (*the Commissioner of the Authority for the Supervision and Development of Cooperative Societies*) mogą wydać wytyczne określające niezbędne szczegóły w odniesieniu do kwestii podwójnego podawania cen.

Okres podwójnego obiegu walut na Cyprze trwał jeden miesiąc, tj. od 1 stycznia 2008 r. do 31 stycznia 2008 r.

¹²⁵ W niniejszym opracowaniu pojęcia tabela przeliczeniowa oraz tabela konwersji używane są wymiennie.

2.5. Malta

Aktem prawnym regulującym ustanowienie ram prawnych potrzebnych do wprowadzenia euro, jako jednostki monetarnej na terenie Malty była Ustawa o wprowadzeniu euro (*Euro Adoption Act*), na podstawie której wydano następujące akty wykonawcze:

- *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*;
- *Adoption Act, Smoothing of Monetary Amounts Regulations, 2007*;
- *The Cash Changeover Regulations, 2007*.¹²⁶

Przedmiotowe regulacje zostały wydane jako wspólne rozporządzenia premiera i ministra finansów i miały za zadanie transponować przepisy prawa wspólnotowego oraz wskazówki ustanowione przez Krajowy Komitet ds. Wymiany Waluty (ang. *National Euro Changeover Committee, NECC*). Ustawa określiła szczegółowo rodzaj działań ministra finansów, wyposażając go w kompetencje do tworzenia aktów niższego rzędu oraz wprowadzenia stosownych zmian w regulacjach prawnych, które zawierały odniesienie do waluty krajowej.

Rozporządzenie *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations* dotyczyło czytelnego podawania cen, stosowania zaokrągleń cen i konwersji. Przepisy określiły też definicje konwersji i zaokrągleń oraz zasady przy określaniu cen (np. kurs konwersji wyrażony był jako sześciocyfrowa liczba; kwota wymiany zaokrąglona była do najbliższego centa, a w przypadku, gdy wynik wymiany stanowił równą połowę należało dokonać zaokrąglenia w górę).¹²⁷

Dobrowolna podwójna ekspozycja cen

Na Malcie wprowadzono fakultatywny i obowiązkowy okres podwójnej ekspozycji cen. Od stycznia 2007 r. przedsiębiorcy mieli możliwość podawania cen towarów i usług w dwóch walutach, na zasadzie dobrowolności. Podwójna ekspozycja cen w tym okresie polegała na wyświetlaniu ceny towaru/usługi zarówno w lirach maltańskich jak i w euro (ceny podawane w euro zostały przeliczone przy pomocy kursu centralnego). Ceny w euro miały mieć jedynie charakter informacyjny. Zabieg ten miał na celu oswoić i zapoznać konsumentów z cenami w dwóch walutach, a docelowo przygotować ich na wprowadzenie euro. Dobrowolny okres podwójnej ekspozycji cen miał zakończyć się z dniem ustalenia nieodwołalnego kursu wymiany i wprowadzeniem obowiązku podawania cen w dwóch walutach.¹²⁸

NECC wydał Przewodnik w sprawie opcjonalnej podwójnej ekspozycji cen - *Guidelines on the optional display of a price in euro (Guideline:NECC/0001/06)*¹²⁹, którego głównym celem było określenie zasad podawania cen towarów i usług przed wprowadzeniem obowiązku podwójnej ekspozycji cen. Jednocześnie wytyczne zawarte w Przewodniku miały zapewnić przejrzystość handlu towarami lub usługami w przypadku, gdy przedsiębiorca wybierze możliwość podawania cen również w euro.

Zgodnie z przedmiotowymi wytycznymi przedsiębiorca, który zdecydował się na dobrowolne podawanie cen w euro obok cen podanych w lirach maltańskich (LM) był zobowiązany do przestrzegania następujących zasad:

1. cena w euro nie powinna być bardziej widoczna niż cena w LM;
2. cena podana w euro to cena towaru lub usługi w LM po przeliczeniu po kursie centralnym paritetu (LM 0.4293/euro);
3. konsumenci nie mieli obowiązku zapłaty w euro, podobnie jak przedsiębiorca nie był

¹²⁶ L.N. 441/207

¹²⁷ Art. 6 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹²⁸ Final Master Plan for the Euro Changeover in Malta, s. 3

¹²⁹ Version 1.01 19th January 2006.

zobowiązany do przyjęcia płatności w euro;

4. przedsiębiorca, który zamierzał przyjmować płatności w euro mógł pobierać z tego tytułu dodatkowe opłaty, miał jednak obowiązek poinformować o tym konsumentów w sposób jasny i wyraźny poprzez umieszczenie odpowiedniej informacji zarówno w języku maltańskim i angielskim w punkcie sprzedaży: *Podane ceny w euro zostały przeliczone z cen w LM wg centralnego kursu wymiany LM 0.4293/1euro, jedynie w celach informacyjnych. Zakupy dokonywane w euro mogą być przedmiotem dodatkowych opłat związanych z wymianą waluty euro na LM;*
5. przedsiębiorca miał obowiązek wyeksponowania w punkcie sprzedaży wysokości tej dodatkowej opłaty w sposób jasny i wyraźny.¹³⁰

Przedmiotowe wytyczne nie dotyczyły jednak tych towarów lub usług, które pochodziły z importu i ich ceny zostały już podane w euro przez zagranicznego producenta lub eksportera.

Zgodnie z Rozporządzeniem każdy przedsiębiorca, który zdecydował się na dobrowolną podwójną ekspozycję cen mógł wystąpić do Euro-observatorium z wnioskiem o przystąpienie do inicjatywy FAIR.

¹³¹

Obowiązkowa podwójna ekspozycja cen

Aktem prawnym regulującym zasady podwójnej ekspozycji cen było Rozporządzenie w sprawie przyjęcia euro (podwójna ekspozycja cen i cenniki euro) z 2007 r. [ang. *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*]. Celem przedmiotowej regulacji było określenie zasad podwójnej ekspozycji cen towarów i usług oferowanych konsumentom oraz zapewnienie uczciwych praktyk związanych z tym procesem, a w efekcie zabezpieczenie interesów konsumentów poprzez wprowadzenie podwójnych cen w sposób jasny, wyraźny i przejrzysty tak, aby konsument miał możliwość porównania cen podawanych obowiązkowo w dwóch walutach.

Podwójna ekspozycja cen zgodnie z założeniami miała być obowiązkowa od 1 lipca 2007 r. (lub później, jeśli nieodwołalny kurs wymiany zostałby ustanowiony po tej dacie) i miała trwać do 30 czerwca 2008 roku. Po zakończeniu obowiązkowego okresu podwójnej ekspozycji cen, wszyscy przedsiębiorcy mieli obowiązek podawać ceny jedynie w euro. W okresie przejściowym (od 1 lipca 2008 do 30 września 2008) przedsiębiorcy mogli jeszcze stosować podwójną ekspozycję cen. Te dodatkowe 3 miesiące miały stanowić swego rodzaju okres przejściowy umożliwiający przedsiębiorcom usunięcie systemu podwójnej ekspozycji cen. Od 1 października 2008 r. ceny wszystkich towarów i usług miały być podawane wyłącznie w euro.

Podwójna ekspozycja cen miała służyć jedynie celom informacyjnym. Podwójna ekspozycja cen w okresie przed dniem wejścia do strefy euro nie oznaczała obowiązku dokonywania płatności w euro, jakkolwiek były one akceptowane. Turyści odwiedzający Maltę powinni byli zostać poinformowani o tym fakcie za pośrednictwem ulotek dystrybuowanych w portach wejścia na terytorium Malty.¹³²

NECC miał obowiązek dostarczenia wszystkim handlowcom detalicznym naklejek promujących krajową infolinię w sprawie euro (oryg. - „*Linja Ewro 154*”) oraz numer, na który należy wysłać SMS, by automatycznie przeliczyć daną wartość z LM na euro.¹³³

Na podstawie przedmiotowego rozporządzenia NECC wydał Przewodnik zawierający wytyczne dotyczące

¹³⁰ *Guidelines on the optional display of a price in euro (Guideline:NECC/0001/06)*, s. 2

¹³¹ Art. 7 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹³² *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s.4

¹³³ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s.4

zasad obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen - *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*¹³⁴, których celem było wskazanie zasad tego procesu w sposób przejrzysty i zrozumiały. Przedmiotowe wytyczne były stosowane w całości w okresie zarówno obowiązkowej jak i dobrowolnej ekspozycji cen.

Zasady ogólne dotyczące podwójnej ekspozycji cen

- Podwójna ekspozycja cen powinna być dokonana w taki sposób, aby umożliwić konsumentowi przeczytanie i zrozumienie cen/innych kwot pieniężnych w sposób łatwy i prawidłowy, a także umożliwić im porównanie cen wyrażonych w euro z walutą narodową.
- Obowiązek podwójnej ekspozycji cen miał zastosowanie do wszystkich instytucji publicznych, przedsiębiorstw, organizacji non-profit i innych podmiotów oferujących płatne towary lub usługi, których końcowym odbiorcą był konsument. Obowiązek ten dotyczył również każdej kwoty pieniężnej, którą konsument miał obowiązek zapłacić bądź mógł żądać na podstawie ustawy, umowy lub innego rodzaju zobowiązania. Oznacza to, iż z obowiązku podwójnej ekspozycji cen zostały zwolnione transakcje na poziomie B2B.¹³⁵
- Cena do zapłaty (tj. w walucie wiodącej – do dnia wprowadzenia euro waluta narodowa, po €-day euro) musiała odróżniać się od równowartości w drugiej walucie podanej dla celów informacyjnych¹³⁶.
- Przy podawaniu cen i innych kwot pieniężnych w dwóch walutach nie należało uwzględniać zbyt wielu danych liczbowych. W ramach ogólnej zasady, o ile niniejsze wytyczne nie stanowiły inaczej:
 - a) podawanie cen produktów i usług oraz cenników w dwóch walutach mogło ograniczać się do ceny końcowej (tj. obejmującej wszystkie podatki) do zapłaty przez konsumenta końcowego.¹³⁷;
 - b) podawanie cen w dwóch walutach na rachunkach, fakturach itp. z punktów sprzedaży detalicznej oraz na innych sprawozdaniach finansowych mogło ograniczać się do kwoty ogółem (tj. obejmującej wszystkie podatki, jeżeli dotyczy);¹³⁸
- W okresie obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach, podawanie cen w dwóch walutach było obowiązkowe w odniesieniu do sprzedaży wszelkich towarów i usług. W przypadku usług, przedsiębiorca mógł to osiągnąć, zamieszczając w widocznym miejscu w punkcie sprzedaży cennik w dwóch walutach.
- Wszystkie ceny, które są zazwyczaj wyświetlane do trzech lub więcej miejsc po przecinku miały być podane w takim samym formacie (tzn. z taką samą ilością miejsc po przecinku).¹³⁹
- W przypadku towarów i usług importowanych, gdy ich wartość została wcześniej oznaczona w euro przez zagranicznych producentów lub eksporterów, a znak euro wyraźnie odnosi się do kraju innego niż Malta, takie oznaczenie nie stanowiło przypadku podawania cen w dwóch walutach. Znak euro jako taki nie stanowił, zgodnie z zaleceniami, równowartości w euro w odniesieniu do ceny wyrażonej w lirach maltańskich. W okresie obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach, oznaczenie euro na takich towarach lub usługach należało wyraźnie odróżnić od wartości w euro zamieszczonej na potrzeby podawania cen w dwóch walutach. Jednak w przypadku, gdy nie było bezpośredniego odniesienia do konkretnego kraju, należało wówczas zastosować wymogi podawania cen w dwóch walutach na Malcie (zastosowanie regulacji L.N. 4 z

¹³⁴ Version 3.0 29th March 2007

¹³⁵ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s. 4

¹³⁶ Art. 2 ust. 2 lit. a) pkt. i) zalecenia Komisji nr 98/287/WE

¹³⁷ Art. 5(2) *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹³⁸ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s. 6

¹³⁹ Art. 5(4) *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

Poniższa lista zawiera przykłady, gdzie miała zastosowanie podwójna ekspozycja cen (lista ta nie ma wyczerpującego charakteru):

- w ofertach, cennikach, notowaniach, szacowaniach, na rachunkach, fakturach i wyciągach;
- w przypadku opłat za transport – powietrzny, lądowy i morski;
- w przypadku kredytów konsumenckich, odcinków wynagrodzenia, emerytury i świadczeń socjalnych;
- w przypadku notowanych na giełdzie papierów wartościowych, wyciągów posiadanych papierów wartościowych, ponownej wyceny na potrzeby usług inwestycyjnych, wyciągów bankowych, taryf i tabeli opłat banków, ofert, powiadomień i polis ubezpieczeniowych (na życie i pozostałych);
- w przypadku każdej promocji w formie elektronicznej lub w innej formie, w tym reklamy, plakatów, prasy, komunikatów medialnych, billboardów, informacji na stronie www (skierowanej do rynku lokalnego), ulotek, witryn sklepowych, kiosków, w których podana była cena sprzedaży. Jednakże w przypadku reklamy telewizyjnej, w której zarówno informacja na temat ceny, jak i informacje dotyczące kontaktu podawane były przez stosunkowo krótki czas oraz w przypadku których podawanie cen w dwóch walutach mogłoby zdezorientować konsumenta, możliwe było pominięcie wymogu podawania cen w dwóch walutach. Obowiązek zastosowania się do tego wymogu spoczywał na organizacji rozpowszechniającej media (drukowane lub inne);
- w przypadku czasopism, magazynów i gazet oraz katalogów;
- w przypadku bonów podarunkowych, kuponów, znaczków pocztowych;
- przy płatności i sprawdzaniu salda w transakcjach internetowych (z wyłączeniem transakcji opartych na telefonii), przy użyciu bramek płatności i billingowych;
- w przypadku wszelkich rodzajów umów podpisanych lub sporządzonych w okresie obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach;
- w przypadkach, gdy obowiązujące przepisy nakładały obowiązek podawania konsumentowi kwot pieniężnych.¹⁴¹

Sposób podwójnej ekspozycji cen – rozwiązania szczegółowe

W okresie obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach (do dnia przyjęcia euro) instytucje kredytowe zostały zobowiązane do przyjmowania wpłaty banknotów euro po nieodwołalnym kursie wymiany i bez żadnych opłat, o ile banknoty takie miały być deponowane na rachunkach prowadzonych w lirach maltańskich lub w euro przez właścicieli rachunków, będących krajowymi przedsiębiorcami (z wyłączeniem zagranicznych kantorów i innych instytucji i pośredników finansowych). Miało to stanowić gwarancję, iż w przypadku punktów przyjmujących płatności przy użyciu banknotów euro, podana kwota w euro będzie ceną płatną w euro.

Mechaniczny/automatyczny sposób uwidaczniania cen

W przypadku, gdy modyfikacja urządzeń podających ceny automatycznie/mechanicznie za pomocą wydruku danych liczbowych tak, by podawały one ceny w dwóch walutach, mogłaby okazać się utrudniona lub kosztowna ze względu na ustawienia stałe, w punkcie sprzedaży należało zamieścić w widocznym miejscu lub udostępnić konsumentom tabelę konwersji.¹⁴²

¹⁴⁰ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.4*

¹⁴¹ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.4*

¹⁴² *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.6*

Przykład tabeli konwersji

ZAŁOŻENIE: kurs konwersji równy €1 = LM 0,429300


LM	euro		euro	LM
0,01	0,02		0,01	0,004
0,02	0,05		0,02	0,01
0,05	0,12		0,05	0,02
0,10	0,23		0,10	0,04
0,25	0,58		0,25	0,11
0,50	1,16		0,50	0,21
0,75	1,75		0,75	0,32
1,00	2,33		1,00	0,43
10,00	23,29		10,00	4,29
Przed dniem przyjęcia euro			Po dniu przyjęcia euro	

Towary z kodem kreskowym

W przypadku towarów ze wskazaną ceną referencyjną zalecono, by pozostała ona w lirach maltańskich do dnia przyjęcia euro, od którego wszystkie ceny miały być podawane były w euro. Obowiązek podawania cen w dwóch walutach dotyczył, co najmniej na poziomie sklepowym, poszczególnych towarów z kodem kreskowym zawierającym cenę - zgodnie z przykładem poniżej.¹⁴³

Przykład 2

ZAŁOŻENIE: kurs konwersji równy €1 = LM 0,429300

 01234 555 011123 LM 0,25 500 g	„Nazwa towaru w sklepie” LM 0,25 € 0,58
--	--

Ceny towarów podawane w dwóch walutach przy użyciu pistoletu do etykietowania

Z uwagi na fakt, iż pistolety do etykietowania podające ceny w dwóch walutach zwykle nie wyróżniają jednej z podanych wartości pieniężnych względem drugiej, wystarczyło, jeżeli na etykiecie w identyczny sposób podano wartość w LM i euro. Dzięki temu ponowne etykietowanie zapasów po przyjęciu euro w celu odwrócenia stopnia wyrazistości głównej waluty nie było konieczne.¹⁴⁴

Elektroniczne podawanie cen w dwóch walutach

W przypadku urządzeń wykorzystujących elektroniczne systemy podawania cen działające w oparciu o oprogramowanie, możliwe było dokonanie modyfikacji tak, by podawały kwoty zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro. Jednak w przypadku, gdy modyfikacje:

- dotyczyły sprzętu, a koszt modyfikacji nie był proporcjonalny do korzyści;
 - lub dotyczyły oprogramowania, ale koszt modyfikacji nie był proporcjonalny do korzyści,
- w miejscu użytkowania urządzeń podających ceny w formie elektronicznej należało w sposób wyraźny zamieścić lub udostępnić konsumentom tabelę konwersji. Dotyczyło to również wyświetlaczy wag i wyświetlaczy elektronicznych podających ceny sprzedaży wyłącznie w jednej walucie.¹⁴⁵

¹⁴³ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.7*

¹⁴⁴ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.7-8*

¹⁴⁵ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.8*

Terminale POS i kasy fiskalne

Terminale POS (z wyłączeniem EPOS) należało zmodyfikować tak, by podawały ceny w dwóch walutach. Kasy fiskalne zgodne z euro (które można skonfigurować tak, by podawały ceny w dwóch walutach bez modyfikacji oprogramowania i które już podawały lub będą podawać ceny w dwóch walutach) należało dostosować zgodnie z niniejszymi wytycznymi. W przypadku, gdy wymagana było modyfikacja oprogramowania, decyzja o jej przeprowadzeniu lub o zastosowaniu alternatywnego rozwiązania (np. poprzez załączenie do rachunków tabeli konwersji) należała do właściciela. Założenie było takie, iż w każdym przypadku kwotą podawaną w dwóch walutach miała być wyłącznie kwota końcowa ogółem (obejmująca podatki). We wszystkich przypadkach kwotą podawaną w sposób wyróżniony od dnia przyjęcia euro miała być kwota w euro.¹⁴⁶

Wydruki komputerowe, w tym rachunki i wyciągi

W przypadku, gdy wydruków w postaci wyciągu dla klienta, w tym dotyczącego usług komunalnych, telefonicznych i innych rachunków, odcinków pensji itp. wysyłanych do klienta drogą pocztową lub elektroniczną, obowiązek podania cen/kwot w obydwu walutach dotyczył wyłącznie końcowych kwot należnych do zapłaty (należności ogółem). Jednocześnie przed dniem przyjęcia euro konsumenci powinni byli być informowani - poprzez zamieszczenie w mediach przykładowych wzorów wydruków, że wartości w euro nie obligują do zapłaty za towary lub usługi w euro. Rzeczywisty kurs musi być kursem na dzień wydania danego dokumentu (kurs centralny lub nieodwołalny kurs wymiany).

Przykład 3

ZAŁOŻENIE: kurs konwersji równy €1 = LM 0,429300

AAA Spółka PLC	
Saldo:	
Pan XXX	Data: 1 marca 2007 r.
	Saldo LM10,20
	€23,76
Wartości podane w euro podano w oparciu o kurs równy €1=LM0,429300 wyłącznie dla celów informacyjnych	

Oświadczenie podane w przykładzie 3 powyżej, zgodnie z wytycznymi zawartymi w Przewodniku należało zamieszczać przed dniem przyjęcia euro we wszystkich mediach wizualnych lub drukowanych w celu poinformowania konsumentów, że wartości w euro nie obligują do zapłaty za towary lub usługi w euro (rzeczywisty kurs musi być kursem na dzień wydania danego dokumentu - kurs centralny lub nieodwołalny kurs wymiany). W przypadku ograniczonej przestrzeni powodującej, że powyższe oświadczenie nie zmieści się na dokumencie, należy zamieścić skróconą wersję:

„Wartości w euro wyłącznie dla celów informacyjnych”.

Z dniem przyjęcia euro do końca okresu obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach, miały mieć zastosowanie równoważne oświadczenia (przy założeniu, że nieodwołalny kurs wymiany jest równy 0,429300):

„Wartości podane w lirach maltańskich podano w oparciu o kurs równy €1=LM0,429300 wyłącznie dla celów informacyjnych”;

„Wartości w lirach maltańskich wyłącznie dla celów informacyjnych”.

W przypadku, gdy przedsiębiorca miał podstawy do stosowania alternatywnych rozwiązań przy podawaniu cen w dwóch walutach na wydrukach, konsument końcowy musiał mieć możliwość łatwego uzyskania równowartości w euro (lub *vice versa*), np. dzięki tabelom konwersji załączonym do wydruków.

¹⁴⁶ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.8*

Alternatywnie do symbolu „€” można było używać skrótu “EUR” w przypadku, gdy drukarka nie drukuje symbolu “€”.¹⁴⁷

Cenniki

Przy podawaniu cen w cennikach w dwóch walutach również należało wziąć pod uwagę odbiorcę końcowego (konsumenta). W takich przypadkach ceny miały być podawane w dwóch walutach według poszczególnych pozycji. Jeśli dany produkt sprzedawany był według wagi jednostkowej lub objętości (np. na kilogramy), cena jednostkowa musiała być podana zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro. Wszelkie dodatkowe opłaty lub taryfy, np. w cennikach restauracji, również należało podawać zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro.¹⁴⁸

Automaty do sprzedaży

W przypadku automatów do sprzedaży, podawanie cen w dwóch walutach miało miejsce za pośrednictwem cennika sprzedawanych towarów umieszczonego na automacie.¹⁴⁹

Rachunki wystawiane odręcznie

Rachunki wystawiane odręcznie na blokach rachunkowych mogły zawierać jedynie kwotę ogółem, wyłącznie w głównej walucie. Na żądanie konsumenta należało jednak udostępnić mu tabelę konwersji lub dopisać kwotę w drugiej walucie na rachunku.¹⁵⁰

Usługi bankowe

Banki miały obowiązek podawać kwoty w dwóch walutach w odniesieniu do następujących transakcji przeprowadzonych w swoich oddziałach w lirach maltańskich:

1. deponowanie gotówki/czeków denominowanych w lirach maltańskich na rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe;
2. wypłaty kwot w lirach maltańskich z rachunków oszczędnościowych;
3. zamknięcie rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych w lirach maltańskich.

Ponadto zgodnie z zaleceniami podwójna ekspozycja cen dotyczyła również:

1. wyświetlaczy bankomatów przy wypłacie gotówki w lirach maltańskich;
2. taryf i opłat przez sześć miesięcy poprzedzających przyjęcie euro (od początku okresu poprzedzającego przystąpienie do strefy euro) oraz przez sześć miesięcy następujących po przyjęciu euro;
3. salda końcowego wszystkich wyciągów bankowych, w tym wyciągu z kart kredytowych;
4. taryf opłat i innych kwot pieniężnych dostępnych na stronach internetowych banku (z wyłączeniem bankowości elektronicznej).¹⁵¹

Polisy ubezpieczeniowe

W przypadku polis na życie, podawanie cen w dwóch walutach dotyczyło kwoty należnej składki i kwoty kapitału, a także renty odszkodowawczej. W przypadku pozostałych polis ubezpieczeniowych, podawanie cen w dwóch walutach dotyczyło kwoty należnej składki i kwoty ubezpieczenia. Podawanie cen w dwóch walutach dotyczy również wszelkich zmian w umowach mających wpływ na kwotę należnej składki i kwotę ubezpieczenia.¹⁵²

Katalogi wysyłkowe

¹⁴⁷ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.8*

¹⁴⁸ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.9*

¹⁴⁹ *Art.12 Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵⁰ *Art.13 Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵¹ *Art.14 Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵² *Art.15 Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

Przedsiębiorcy oferujący swoje towary i usługi za pośrednictwem takich katalogów musieli załączyć do katalogów listy wszystkich cen katalogowych zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro. Katalogi wydrukowane po rozpoczęciu okresu obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach musiały podawać ceny zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro.¹⁵³

Taksówki i transport publiczny

Taksówkarze mieli obowiązek zamieszczenia tabeli konwersji w widocznym miejscu w taksówce.

W przypadku transportu publicznego, ze względu na wcześniej ustalone ceny, należało zamieścić w widocznym miejscu listę wszystkich potencjalnych opłat transportowych zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro, wraz z kursem po którym następuje przeliczenie. W przypadku transportu lądowego i morskiego, na biletach należało podać cenę w obydwu walutach.¹⁵⁴

Gry losowe

Przedsiębiorcy przyjmujący płatności z tytułu gier losowych (w tym gier hazardowych) lub świadczący inne usługi związane z takimi grami mieli obowiązek zamieścić w punkcie sprzedaży lub na automatach do gier w widocznym miejscu cennik w obydwu walutach.¹⁵⁵

Stacje paliw

W przypadku stacji paliw podawanie cen w dwóch walutach nie było obowiązkowe w przypadku pomp paliwowych, o ile na stacji w widocznym miejscu zamieszczono cennik podający ceny za litr każdego rodzaju paliwa zarówno w lirach maltańskich, jak i w euro, oraz tabelę konwersji.¹⁵⁶ Jednocześnie zgodnie z Przewodnikiem NECC/0009/06 zalecono by równowartość pieniężna w dwóch walutach podana była na samoprzylepnej etykiecie obok wartości pierwotnej. Cena paliwa powinna być podana z taką samą dokładnością dla obu kwot, tj. w przypadku, gdy kwota w lirach maltańskich obejmuje dziesiętne części centa, równowartość w euro powinna obejmować dziesiętne części eurocenta. W przypadku, gdy z pompy można pobrać więcej niż jeden rodzaj paliwa, cena każdego z rodzajów powinna być podana w dwóch walutach (np. diesel, bezołowiowa, benzyna). Ponadto w widocznym miejscu należało zamieścić tabele konwersji, w celu umożliwienia odbiorcom końcowym (konsumentom) łatwego przeliczenia całkowitych kwot i cen za litr z odległości.¹⁵⁷

Sprawozdania finansowe

Do wszystkich sprawozdań finansowych w lirach maltańskich, opublikowanych w okresie podawania cen w dwóch walutach w ogólnodostępnych mediach, zastosowano wymóg podawania cen w dwóch walutach. Wymóg obejmował wyłącznie kluczowe informacje finansowe, np. na poziomie rachunku zysków i strat oraz bilansu.¹⁵⁸

Zaświadczenie o dochodach pracowników FS3

Zgodnie z Wytycznymi NECC/0009/06, zaświadczenia o dochodach pracowników FS3 wydawane przez pracodawców za rok 2007 i wydane w pierwszym kwartale 2008 r. miały zawierać kwoty w lirach maltańskich. Ze względu na fakt, że bieżące wydawanie tych dokumentów pracownikom prowadzone

¹⁵³ Art.16 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵⁴ Art.17 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007* oraz *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s.11

¹⁵⁵ Art.19 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵⁶ Art.20 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁵⁷ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s.11

¹⁵⁸ Art.21 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

miało być także w okresie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen, kwotę dochodów netto ogółem należało podać w dwóch walutach (tj. przy euro jako walucie końcowej).¹⁵⁹

Płatności w euro

W przypadku, gdy przedsiębiorca przyjmował płatności za towary lub usługi również w euro, wymagane było zastosowanie oficjalnego kursu wymiany bez nakładania jakichkolwiek opłat manipulacyjnych. Jednocześnie przedsiębiorcy tacy mieli prawo do deponowania banknotów euro na swoje rachunki prowadzone w euro bez ponoszenia jakichkolwiek opłat depozytowych, stosowanych zwykle dla depozytów w walutach obcych. Od początku okresu obowiązkowego podawania cen w dwóch walutach, organizacje przyjmujące płatności w euro mogły deponować związane z tym banknoty euro bezpośrednio na rachunkach firmowych prowadzonych w lirach maltańskich po nieodwołalnym kursie wymiany, bez ponoszenia jakichkolwiek opłat bankowych.¹⁶⁰

Wyjątki¹⁶¹:

Podawanie cen w dwóch walutach nie było obowiązkowe w następujących przypadkach:

- a) w odniesieniu do transakcji lub usług świadczonych na rzecz przedsiębiorców lub pomiędzy nimi;
- b) w odniesieniu do systemu elektronicznych punktów sprzedaży (EPOS) dostarczanych przez banki komercyjne placówkom handlu detalicznego;
- c) w odniesieniu do rachunków fiskalnych generowanych przez kasy.

Ponadto w przypadku oferowania wszelkich zachęt podatkowych w celu wymiany obecnych kas, zgodnie z niniejszym Rozporządzeniem, nowe kasy powinny generować rachunki fiskalne z podaniem cen w dwóch walutach;

d) w przypadku, gdy sprzęt lub wyświetlacze cen, zarówno elektroniczne, jak i mechaniczne, podają wyłącznie kwoty w jednej walucie, a koszt modyfikacji tak, by podawały ceny w dwóch walutach w szczególnych okolicznościach jest nieproporcjonalny w stosunku do korzyści z podawania cen w dwóch walutach;

e) w odniesieniu do reklam telewizyjnych, w których cena i informacje kontaktowe pokazywane są przez bardzo krótki czas, a podanie ceny w dwóch walutach może zdezorientować konsumenta.

Ponadto po zakończeniu okresu podawania cen w dwóch walutach wszystkie kwoty pieniężne podawane w reklamach telewizyjnych musiały być podawane wyłącznie w euro;

f) w odniesieniu do interaktywnych systemów informacji głosowej podających wysokość płatności lub salda;

g) w przypadku gdy, w wyjątkowych okolicznościach oraz po złożeniu wniosku do Euro-observatorium, udzielono zezwolenia na odstępstwo od obowiązku podawania cen w dwóch walutach.

Ponadto w przypadkach, o których mowa w lit. b), c), d) i g) powyżej, o ile nie określono w nich konkretnego przypadku podawania cen w dwóch walutach, należało udostępnić konsumentom oraz zamieścić w widocznym miejscu tablele konwersji.

Przedsiębiorca mógł wdrożyć alternatywne metody podawania cen w dwóch walutach (np. udostępnienie tabeli konwersji), jeżeli był w stanie wykazać, że koszt modyfikacji był zbyt wysoki lub modyfikacja używanego sprzętu nie była możliwa. Tym niemniej, przed wdrożeniem takiego alternatywnego rozwiązania należało złożyć wniosek o wyrażenie zgody do Euro-observatorium.¹⁶²

¹⁵⁹ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.11*

¹⁶⁰ *Art. 22 Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁶¹ *Art. 5 (5) Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁶² *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06), s.3*

2.6. Słowacja

Podwójna ekspozycja cen była na Słowacji podstawowym instrumentem służącym wzmocnieniu ochrony konsumentów w okresie przejścia na euro. Jak wskazano w Narodowym Planie Wprowadzenia Euro dla Republiki Słowacji, obowiązek podwójnego podawania cen dotyczył zarówno osób fizycznych, jak i prawnych, a odnosił się do wszystkich finalnych cen towarów i usług, kwot finansowych wskazanych na rachunkach, faktur, usług bankowych, kredytów konsumenckich.

Zasady związane z podwójną ekspozycją cen zostały uregulowane w słowackiej ustawie horyzontalnej¹⁶³ oraz m.in. rozporządzeniu Ministra Gospodarki Republiki Słowacji z 12 marca 2008 r. dotyczącym szczegółowych zasad podwójnego podawania cen w celu ochrony konsumentów¹⁶⁴, które weszło w życie 27 marca 2008 r.

Generalne zasady w zakresie podwójnego podawania cen

Generalne zasady w zakresie podwójnego podawania cen wyrażone zostały m.in. w art. 18 słowackiej ustawy horyzontalnej. W myśl ww. przepisu, w odniesieniu do marketingu, ofert, sprzedaży lub innych form odpłatnego dostarczania produktów lub towarów, świadczenia usług lub pracy, szczególne informacje dotyczące cen, w tym cen jednostkowych, podaje się w dwóch walutach i umieszcza na metkach z ceną, w cennikach, w tym planach cenowych i taryfach cenowych, w materiałach marketingowych lub w innych środkach przekazu informacji i urządzeniach technicznych, w których informacje o cenach są zwykle podawane na mocy odrębnych przepisów prawa dotyczących cen i ochrony konsumenta.

Jeżeli podawanie cen w dwóch walutach dotyczyło kwot pieniężnych umieszczonych w fakturach, płatnościach lub dokumentach dotyczących wydatkowania, dokumentach generowanych przez elektroniczną kasę rejestrującą, rachunkach kasowych, innych dokumentach potwierdzających dokonanie płatności lub innych dokumentach rachunkowych, podawaniem w dwóch walutach objęte były tylko końcowe kwoty ogółem cen, płatności i innych kwot, które mają zostać faktycznie zapłacone lub zaksięgowane, a w szczególności końcowe kwoty wynagrodzeń wypłacanych pracownikom lub obciążających wyznaczony rachunek bankowy, jak też końcowe ceny produktów, towarów, usług lub prac.

Począwszy od daty ustalenia oficjalnego kursu wymiany zabronione było wystawianie i podawanie cen, płatności i innych kwot równocześnie w walucie słowackiej i w euro, w jakikolwiek sposób niezgodny z zasadami podawania kwot w dwóch walutach, w szczególności zabronione było podawanie kwot w dwóch walutach z użyciem innego kursu niż oficjalny kurs wymiany, z mniejszą od określonej liczbą miejsc po przecinku lub mniej dokładnym zaokrągleniem, niż przewidywały to zasady zaokrąglenia kwot przy wymianie na euro.

Podawanie cen w intranecie, internecie lub innych środkach elektronicznych

Dla celów podawania cen w dwóch walutach, w internecie, intranecie lub za pośrednictwem podobnego środka elektronicznego, wystarczający był umieszczony w widocznym miejscu i przyjazny dla użytkownika program-kalkulator, z obliczonym i wyznaczonym na stałe oficjalnym kursem wymiany, który przed datą wprowadzenia euro dokonywał automatycznych przeliczeń wprowadzonych wartości kwot pieniężnych z koron słowackich na euro, a po dacie wprowadzenia euro - z euro na korony słowackie.

¹⁶³ Act on the Introduction of the Euro in the Slovak Republic, No. 659/2007.

¹⁶⁴ Ang. *Decree of the Ministry of Economy of the Slovak Republic concerning the details of dual display with regard to consumer protection.*

Wymóg podawania cen w sposób jasny i jednoznaczny

Jedną z podstawowych zasad, wynikających z rozporządzenia z 12 marca 2008 r., jest podwójne podawanie cen w sposób jasny oraz umożliwiający konsumentowi jednoznaczne rozróżnienie pomiędzy cenami podanymi w walucie głównej a cenami podanymi w walucie informacyjnej. Zasada ta dotyczyła również tabel przeliczeniowych, które miały być czytelne, jednoznaczne, rozpoznawalne oraz umieszczone w miejscu łatwo dostępnym dla konsumentów. Tabele te, poza oficjalnym kursem wymiany walut, powinny zawierać wykaz wszystkich cen, w rosnącym bądź malejącym porządku, produktów i usług oferowanych przez przedsiębiorcę, wyrażonych w słowackich koronach i euro. Jednocześnie zastrzeżono, że w każdym przypadku podawania cen w dwóch walutach, należy również wyraźnie podać oficjalny kurs wymiany.

Wyjątki od zasady podwójnej ekspozycji cen

Rozporządzenie z 12 marca 2008 r. określało także zakres wyjątków od generalnej zasady podwójnej ekspozycji cen w odniesieniu do pewnych towarów i usług. I tak, zwolnienie z obowiązku podawania cen w dwóch walutach przysługiwało w przypadku:

- a) cen podawanych na metkach umieszczonych bezpośrednio na produktach (z wyjątkiem produktów sprzedawanych luzem¹⁶⁵), gdy cena w walucie głównej jest wystarczająca, ponieważ została podana w dwóch walutach w odpowiedni sposób w miejscu widocznym w bezpośredniej bliskości danego produktu;
- b) cen jednostkowych podawanych na opakowaniach produktów sprzedawanych luzem;
- c) cen prezentowanych na przeznaczonych do tego celu cyfrowych wyświetlaczach, które nie są technicznie przystosowane do wyświetlania cen w dwóch walutach, np. na wyświetlaczach publicznych aparatów telefonicznych, elektronicznych tablicach informacyjnych, wagach oraz czytnikach cen;
- d) cen opakowań podlegających zwrotowi, w przypadku których wystarczające jest podanie listy cen w obu walutach wraz z oficjalnym kursem wymiany w widocznym miejscu w bezpośredniej bliskości punktu skupu; podawanie cen w dwóch walutach nie jest także konieczne w przypadku dokumentów wydawanych konsumentowi przez sprzedawcę w związku ze skupem lub wydawaniem opakowań podlegających zwrotowi;
- e) cen towarów przecenionych (z wyjątkiem produktów sprzedawanych luzem) wskazanych na ulotkach, banerach oraz innych materiałach marketingowych, gdzie wystarczające jest podanie w dwóch walutach ceny sprzedaży po rabacie wraz z oficjalnym kursem wymiany;
- e) cen towarów przecenionych sprzedawanych hurtowo, wskazanych na ulotkach, banerach oraz innych materiałach marketingowych, gdyż wystarczające jest podanie w dwóch walutach ceny sprzedaży po upuście wraz z oficjalnym kursem wymiany;
- g) wartości podanych na bonach upominkowych, kuponach i talonach na towary i usługi, wydanych przed rozpoczęciem obowiązywania zasady podwójnej ekspozycji cen;
- h) cen informacyjnych podawanych użytkownikom końcowym usług łączności elektronicznej w formie krótkiej wiadomości tekstowej (SMS), w ramach usług IPTV oraz informacji dotyczących salda przedpłaconych form usług łączności elektronicznej, gdzie wystarczające jest podanie ceny w walucie głównej;
- i) cen informacyjnych podawanych drogą komunikacji głosowej, z wyjątkiem informacji dotyczących cen usług świadczonych z telefonów publicznych;
- j) cen usług podanych w katalogach organizatorów wycieczek oraz biur podróży lub w cennikach dołączanych do tych katalogów.

Ponadto, zgodnie z § 4 ww. rozporządzenia, podając ceny w dwóch walutach, w przypadku sprzedaży kilku produktów oraz świadczenia kilku usług, należało stosować następujące metody:

¹⁶⁵ §2 litera c Rozporządzenia Rządu Republiki Słowackiej nr 387/2007 Coll. w sprawie oznaczania produktów cenami.

- a) ceny jednostkowe za litr paliwa należy podawać w obu walutach na dystrybutorach paliwa na stacjach benzynowych lub w bezpośredniej bliskości tych dystrybutorów;
- b) ceny produktów i usług ujętych w katalogach wydanych:
- przed rozpoczęciem obowiązywania podwójnej ekspozycji cen oraz świadczonych konsumentom po rozpoczęciu obowiązywania podwójnej ekspozycji cen należy podawać wraz z tabelą przeliczeniową dołączoną do katalogu;
 - po rozpoczęciu obowiązywania podwójnej ekspozycji cen należy podawać wraz z tabelą przeliczeniową stanowiącą nieodłączną część każdego katalogu;
- c) ceny wszystkich produktów i usług w sklepach specjalistycznych sprzedających mięso i produkty mięsne, produkty cukiernicze oraz inne szybko psujące się artykuły żywnościowe, w specjalistycznych działach sklepowych sprzedających mięso i produkty mięsne, produkty cukiernicze oraz inne szybko psujące się artykuły żywnościowe, oraz w restauracjach szybkiej obsługi, należy podawać w obu walutach w cennikach umieszczonych w widocznych i dostępnych miejscach;
- d) ceny produktów i usług oferowanych w automatach do sprzedaży lub automatach biletowych sprzedających bilety transportu publicznego należy podawać w obu walutach w cennikach zamieszczonych na automatach do sprzedaży lub automatach biletowych lub w bezpośredniej bliskości tych automatów;
- e) ceny periodycznych i nieperiodycznych publikacji należy podawać w obu walutach w cennikach wywieszonych w sklepie w widocznym i dostępnym miejscu;
- f) ceny produktów lub usług oferowanych przez sprzedawcę zatrudniającego nie więcej niż pięciu pracowników należy podawać w obu walutach w cennikach wywieszonych w sklepie w widocznym i dostępnym miejscu;
- g) informacje dotyczące cen usług świadczonych przy użyciu publicznych kabin telefonicznych należy podawać w obu walutach i udostępnić pod bezpłatnym, całodobowym numerem infolinii dla konsumentów; numer na infolinię powinien być widoczny na wyświetlaczu publicznego aparatu telefonicznego lub w jego bezpośredniej bliskości.

Zaokrąglanie cen

Regulacja ustanawiała także zasady zaokrąglania cen do czterech miejsc po przecinku¹⁶⁶. Ponadto, w Narodowym Planie Wprowadzenia Euro, wskazano, iż w administracji publicznej zaokrąglanie ma być przeprowadzone zgodnie z zasadą przeciwdziałania szkodzeniu obywatelom (*principle of not harming the citizen*). Płatności na rzecz państwa (np. opłaty podatki) będą zaokrąglane w dół, natomiast na rzecz obywateli (np. emerytury, zasiłki społeczne) – w górę.

Gry hazardowe

Podwójna ekspozycja cen w przypadku gier hazardowych uregulowana została odrębnym rozporządzeniem Ministra Finansów Republiki Słowacji ustanawiającym metody i zakres cen, płatności i innych kwot poddanych podwójnemu podawaniu cen z przypadku gier hazardowych¹⁶⁷. Rozporządzenie zostało uchwalone na mocy słowackiej ustawy horyzontalnej i weszło w życie z dniem 1 lipca 2008 r. Poszczególne artykuły odnoszą się do loterii, gier hazardowych organizowanych w kasynach, zakładów wzajemnych, grach na automatach, grach z użyciem urządzeń technicznych obsługiwanych bezpośrednio przez graczy i za pomocą urządzeń telekomunikacyjnych, wideogier oraz gier obsługiwanych przy użyciu Internetu. Wszystkie gry, objęte przedmiotowym rozporządzeniem, podlegają regulacjom dotyczącym

¹⁶⁶ Prawne i praktyczne aspekty przygotowań Słowacji do zamiany waluty krajowej na euro, A. Górski, W. Lip, M. Siemaszko [w:] Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej, opracowanie Narodowego Banku Polskiego, Projekty badawcze cz. II, str. 99.

¹⁶⁷ Ang. Decree of the Ministry of Finance of the Slovak Republic laying down the scope of prices, payments and other amounts subject to dual display with regard to the field of gambling games and methods of their dual display.

podwójnego podawania cen. Zgodnie z postanowieniami rozporządzenia, podwójne ceny powinny być przedstawione w sposób jasny i czytelny¹⁶⁸.

Okres obowiązkowego podwójnego podawania cen

Okres obowiązkowego podwójnego podawania cen w koronach słowackich i euro rozpoczął się w sierpniu 2008 r. (planowany był na 30 dni po ustaleniu kursu wymiany korony na euro, tj. 8 sierpnia, jednak według słowackich informacji prasowych, rząd przesunął rozpoczęcie tego okresu na 24 sierpnia, aby umożliwić słowackim podmiotom gospodarczym lepsze przygotowanie się) i trwał do 31 grudnia 2009 r. Po tym okresie, przedsiębiorcy mogli dobrowolnie przedłużyć podwójne podawanie cen na 6 kolejnych miesiący¹⁶⁹. Dobrowolne podwójne podawanie cen mogło być także stosowane przed dniem 24 sierpnia 2008 r., lecz najwcześniej począwszy od daty ustalenia kursu wymiany, jak również mogło być stosowane w zakresie szerszym niż obowiązkowy zakres podwójnej ekspozycji cen¹⁷⁰.

W okresie do 1 stycznia 2009 r. cena podana w euro miała jedynie charakter informacyjny. Jej zadaniem było przygotowanie konsumentów na przejście z dotychczasowej waluty na nową, w tym umożliwienie porównywania cen w euro. Z kolei po wprowadzeniu euro, prezentacja cen w koronach słowackich miała walor jedynie informacyjny, umożliwiała ona jednakże szybszą i efektywniejszą kontrolę nad ewentualnymi przypadkami nieuzasadnionego podnoszenia cen. Jak wskazano w słowackiej ustawie horyzontalnej, fakt podawania cen w dwóch walutach nie ustanawiał prawa do płatności kwoty pieniężnej podanej w dwóch walutach, w tej walucie, która podawana była jedynie w celach informacyjnych, z wyjątkiem okresu podwójnego obiegu gotówki (art. 18 (2)).

Zwolnienie z obowiązku podwójnego podawania cen

Niektóre dodatkowe ceny lub płatności zostały zwolnione z obowiązku podawania kwot w dwóch walutach, jeżeli ich podawanie powodowało nieuzasadnione trudności techniczne lub wysokie, nieuzasadnione ekonomicznie koszty w związku ze szczególnym charakterem danych towarów, usług, prac lub płatności, lub z uwagi na szczególny sposób ich dostarczania lub wykonywania, zwłaszcza w odniesieniu do wysyłkowego handlu detalicznego towarami lub świadczenia usług na odległość za pośrednictwem środków telekomunikacji.

W odniesieniu do ww. przypadków wskazano jednak, iż odrębny przepis prawa może również ustanawiać odpowiednie i praktyczne środki, które pozwalają na osiągnięcie w stosunku do zwolnionych cen lub innych płatności efektu podobnego do wyrażania kwot w dwóch walutach.

Ponoszenie przez przedsiębiorców kosztów związanych z wprowadzeniem euro

W słowackiej ustawie horyzontalnej wyrażono zasadę, zgodnie z którą każdy podmiot ponosił własne koszty i wydatki związane z wprowadzeniem euro, o ile odrębna ustawa nie stanowiła inaczej, przy czym koszty i wydatki związane z wprowadzeniem euro nie mogły stanowić powodu do podwyższania cen, w tym cen jednostkowych, opłat lub innych płatności finansowych, ani do żądania specjalnych opłat, dopłat lub innych płatności w celu pokrycia kosztów związanych z wprowadzeniem euro, w tym kosztów związanych z przeliczeniem wartości aktywów z waluty słowackiej na euro. Odrębny przepis prawny dotyczył kosztów i wydatków poniesionych w sposób uzasadniony i wyraźny w związku z wprowadzeniem euro.

Istotne więc było, aby realizacja obowiązku podwójnej ekspozycji cen nie pociągała za sobą znaczących kosztów po stronie przedsiębiorców i jednocześnie spełniała oczekiwania konsumentów. Z tych

¹⁶⁸ A. Górka, W. Lip, M. Siemaszko, Raport NBP, str. 101.

¹⁶⁹ Ibidem, str. 132.

¹⁷⁰ Art. 18 (1), Act on the Introduction of the Euro in the Slovak Republic, No. 659/2007.

względów zaprojektowano dla poszczególnych podmiotów uproszczone wspólne formaty, wzory oraz wytyczne dotyczące informacji w zakresie podwójnego wskazywania cen.

Jak podkreślono w Narodowym Planie Wprowadzenia Euro dla Republiki Słowacji, sposób podwójnej ekspozycji cen w poszczególnych przypadkach powinien umożliwiać konsumentowi łatwe dostrzeżenie, która ze wskazanych cen ma charakter jedynie informacyjny, a która stanowi walutę, w której oczekiwana jest płatność. Przykładowo, wywieszki na półkach wskazywały cenę towaru w dwóch walutach. Przed wprowadzeniem euro, cena finalna w koronach słowackich była podkreślona/uwypuklona. Odwrotna sytuacja miała miejsce po wprowadzeniu euro.

2.7. Podsumowanie

Podwójne podawanie cen w okresie przed i po wprowadzaniu wspólnej waluty do obiegu gotówkowego wraz z towarzyszącymi obostrzeniami w zakresie ekspozycji cen, okresem późniejszego dobrowolnego stosowania oraz zakazem przedstawiania cen w wycofanej walucie jest rozwiązaniem służącym zwiększeniu transparentności cen oraz efektywnemu funkcjonowaniu euro jako waluty w danym państwie. Większa przejrzystość cen pozwala zredukować dezorientację konsumentów zmniejszając tym samym pole do nadużyć ze strony przedsiębiorców. Stąd jest to rozwiązanie przyczyniające się do promowania konkurencji jako rozwiązania przeciwdziałającego nieuzasadnionemu podwyższaniu cen poprzez dostarczanie konsumentom informacji na temat wysokości cen po zastosowaniu oficjalnego kursu wymiany. Konsumentom mogą odnieść się do wysokości cen wyrażonych w walucie krajowej oraz do cen sprzed okresu obligatoryjnej zamiany środka płatniczego mają możliwość porównywania cen oraz śledzenia ich zmian w czasie, co nie pozostaje bez wpływu na ich zachowania rynkowe, w szczególności wybór sprzedawcy.

Jedną z pierwszych regulacji wydanych przez Komisję Europejską w zakresie podwójnej ekspozycji cen jest zalecenie sformułowane w 1998 r. Komisja Europejska wskazała w nim pewne standardy dobrych praktyk, jakie państwa przyjmujące euro powinny stosować. Najistotniejsze z nich ujęte zostały następująco:

1. do przeliczania cen należy stosować oficjalny kurs wymiany;
2. ceny określone w dwóch walutach muszą być podane w sposób jednoznaczny, czytelny oraz łatwy do zidentyfikowania;
3. ceny należy podawać w sposób umożliwiający rozróżnienie ceny w walucie, w której następują płatności od ceny w drugiej walucie, która podawana jest wyłącznie w celach informacyjnych;
4. podawanie cen w dwóch walutach nie może zawierać nadmiaru danych; co do zasady w przypadku poszczególnych produktów można ograniczyć podawanie ceny w dwóch walutach do końcowej ceny, którą konsument ma zapłacić; podobnie w przypadku paragonów - podwójna ekspozycja może dotyczyć wyłącznie łącznej kwoty;
5. w okresie przejściowym sprzedawcy mają obowiązek wyraźnego poinformowania konsumentów o możliwości dokonywania płatności w euro;
6. przy wprowadzaniu zasad podwójnej ekspozycji cen należy uwzględnić charakter branży, sprzedawanych usług i towarów oraz techniczne konsekwencje i koszty modyfikacji istniejących systemów podawania cen.¹⁷¹

¹⁷¹ Art. 2 i 3 Zalecenia Komisji Europejskiej nr 98/287/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie podwójnego oznaczania cen i kwot

Obowiązek podwójnej ekspozycji cen został ustawowo uregulowany przez Austrię. Regulacji ustawowej w przedmiocie podawania cen w dwóch walutach nie wprowadziły Niemcy, gdzie przedmiotowa kwestia uregulowana została jedynie w dobrowolnym zobowiązaniu, do którego przystąpili przedstawiciele przedsiębiorców i konsumentów.

Kolejną regulacją Komisji Europejskiej dotyczącą podwójnej ekspozycji cen jest zalecenie z 2008 r., w którym KE wskazała, że:

1. podwójna ekspozycja cen powinna być ustawowym obowiązkiem oraz rozpocząć się jak najszybciej po oficjalnym przyjęciu przez Radę kursu konwersji,
2. państwa członkowskie powinny zniechęcać sprzedawców detalicznych do podawania cen w dwóch walutach przed oficjalnym przyjęciem kursu wymiany,
3. państwa członkowskie powinny również wymagać oddzielnego podawania opłat pobieranych przez podmioty prowadzące działalność gospodarczą za przyjmowanie płatności w euro w okresie między ustaleniem kursu wymiany a wprowadzeniem euro,
4. należy zakazać stosowania kursu wymiany innego niż kurs wymiany przyjęty przez Radę,
5. ceny powinny być podawane obowiązkowo w dwóch walutach przez okres minimum sześciu miesięcy oraz maksimum jednego roku po wprowadzeniu euro, a po tym terminie należy zaprzestać podawania cen w dwóch walutach, aby umożliwić obywatelom pełne przyzwyczajenie się do nowej waluty.¹⁷²

Korzystając z doświadczeń państw, które dotychczas wprowadziły euro, przygotowując regulacje w przedmiotowym zakresie należy rozważyć przyjęcie niżej wskazanych rozwiązań.

Ad 1.

Ustawowy obowiązek podwójnej ekspozycji cen na Słowacji i Cyprze rozpoczął się po upływie ok. 1,5 miesiąca od dnia przyjęcia nieodwołalnie ustalonego kursu wymiany. Na Słowacji pierwotnie miał rozpocząć się wcześniej, jednakże ze względu na umożliwienie lepszego przygotowania się przedsiębiorców do wypełnienia ustawowego obowiązku, został on przesunięty o ok. 2 tygodnie. Jednocześnie, na Słowacji przedsiębiorcy już po ustaleniu oficjalnego kursu wymiany a przed rozpoczęciem okresu obowiązkowej ekspozycji cen, mogli dobrowolnie podawać ceny w dwóch walutach z zastosowaniem ustalonego kursu wymiany. Na Malcie obowiązek podwójnej ekspozycji cen wprowadzono od dnia, w którym zgodnie z założeniami miał zostać przyjęty nieodwołalny kurs wymiany (1 lipca 2007 r.). Faktycznie obowiązek ten wszedł w życie z dniem przyjęcia oficjalnego kursu wymiany (10 lipca 2007 r.). W Słowenii natomiast obowiązek podwójnej ekspozycji cen wprowadzono jeszcze przed przyjęciem oficjalnego kursu wymiany, co zdaniem Komisji Europejskiej nie było rozwiązaniem właściwym. Z jednej strony przesądzało to bowiem decyzję Rady ws. uchylania derogacji względem danego kraju, a z drugiej strony mogło skutkować ponowną zmianą cen (dodatkowe koszty dla przedsiębiorców) w przypadku, gdy kurs konwersji zostałby przyjęty na innym, niż planowany poziomie.

Ustalając datę, od której w Polsce powinien obowiązywać ustawowy obowiązek podwójnej ekspozycji cen, należy mieć na uwadze z jednej strony to, iż przedsiębiorcy muszą mieć zagwarantowany czas na odpowiednie przygotowanie się, jak również konsumenci powinni jak najwcześniej mieć możliwość zaznajamiania się ze sposobem ekspozycji cen w dwóch walutach. Stąd też, zaleca się przyjęcie rozwiązania jakie zastosowano na Cyprze, tj. nałożenie ustawowego obowiązku podwójnej ekspozycji od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, który nastąpił po dacie ustalenia oficjalnego kursu wymiany funta (w Polsce: złotego) na euro.

¹⁷² Art. 2 ust. 1, *Zalecenia Komisji Europejskiej dotyczącego środków ułatwiających przejście na euro z dnia 10 stycznia 2008 r.*, Dz. U. L 23/31.

Ad 2.

Na Słowacji dobrowolne podawanie cen w dwóch walutach mogło być stosowane najwcześniej począwszy od daty ustalenia oficjalnego kursu wymiany. Na Malcie wprowadzono możliwość dobrowolnej podwójnej ekspozycji cen w okresie 6 m-cy przed planowanym dniem ustalenia kursu konwersji. Do przeliczenia cen przyjęto natomiast obowiązkowo kurs centralny. Rozwiązanie wprowadzone w Słowenii (obowiązek podwójnej ekspozycji cen wprowadzono jeszcze przed przyjęciem oficjalnego kursu wymiany) zostało wprost uznane przez Komisję Europejską za niewłaściwe (por. pkt 1 powyżej).

Powyższe przykłady wskazują, iż w przypadku podwójnej (zazwyczaj) dobrowolnej ekspozycji cen przed przyjęciem nieodwołalnego kursu wymiany, ceny w euro zostały przeliczone w granicach kursu centralnego. Skutkiem tego w momencie wprowadzenia obowiązku podwójnej ekspozycji cen i konieczności zastosowania nieodwołalnego kursu wymiany, może być konieczność ponownego przeliczenia cen na euro po oficjalnym kursie wymiany, co wygeneruje dodatkowe koszty dla przedsiębiorców i spowoduje konfuzję konsumentów. Komisja Europejska oceniała takie rozwiązanie za niewłaściwe. Wydaje się więc, iż nie należy wprowadzać podwójnej ekspozycji cen przed przyjęciem oficjalnego kursu wymiany. Dalszych analiz wymaga jednak sytuacja tych przedsiębiorców, którzy już aktualnie dopuszczają możliwość płatności za towary i usługi w walutach innych niż PLN po kursie przez siebie wskazanym.

Ad 3.

Na Malcie w okresie dobrowolnej podwójnej ekspozycji cen przedsiębiorca, który zdecydował się na podawanie cen w dwóch walutach i zamierzał przyjmować płatności w euro, mógł pobierać z tego tytułu dodatkowe opłaty, miał jednak obowiązek poinformować o tym konsumentów w sposób jasny i wyraźny poprzez umieszczenie odpowiedniej informacji zarówno w języku maltańskim i angielskim w punkcie sprzedaży. W okresie obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen przedsiębiorca, który przyjmował płatności w euro nie mógł z tego tytułu stosować żadnych opłat dodatkowych. Przedsiębiorcy tacy mieli jednocześnie prawo do deponowania banknotów euro na swoich rachunkach prowadzonych w euro również bez ponoszenia jakichkolwiek opłat stosowanych zwykle dla depozytów w walutach obcych.

Jak wskazano w słowackiej ustawie horyzontalnej, fakt podawania cen w dwóch walutach nie ustanawiał prawa do płatności kwoty pieniężnej w tej walucie, która podawana była jedynie w celach informacyjnych, z wyjątkiem okresu podwójnego obiegu gotówki.

Wydaje się, iż w przypadku podjęcia przez przedsiębiorcę decyzji o przyjmowaniu płatności w euro przed wprowadzeniem euro należy wprowadzić zakaz pobierania przez nich od konsumentów jakichkolwiek opłat z tego tytułu. Jednocześnie wzorem Malty należy umożliwić przedsiębiorcom korzystanie z rachunków bankowych prowadzonych w euro również bez opłat stosowanych zwykle dla depozytów w walutach obcych.

Ad 4.

W słowackiej ustawie horyzontalnej przyjęto, iż począwszy od daty ustalenia oficjalnego kursu wymiany zabronione było podawanie kwot w dwóch walutach z użyciem innego kursu niż oficjalny kurs wymiany. Analogicznie rozwiązanie przyjęto w Słowenii.

Rozwiązanie przyjęte na Słowacji i Słowenii należy uznać za właściwe i rekomenduje się jego przyjęcie.

Ad 5.

W Austrii okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen wynosił 5 miesięcy, z czego 2 miesiące przypadło na czas po wprowadzeniu euro do obiegu gotówkowego. Jednocześnie należy zaznaczyć, iż

władze Austrii nie wprowadzając czasowego ograniczenia przedstawiania cen w starej walucie nie odzwyczaiły konsumentów od starego nominalnego poziomu cen, wpływając negatywnie na percepcję konsumentów odnośnie wzrostu cen. Rozwiązanie takie należy uznać za negatywne.

Na Cyprze okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen wynosił 1 rok i 1 miesiąc – z czego 9 miesięcy przypadło na czas po wprowadzeniu euro. Z kolei na Słowacji okres ten wynosił ok. 1 roku i 4 miesięcy, z czego 12 miesięcy przypadło na czas po wprowadzeniu euro. Jednocześnie, na Słowacji przedsiębiorcy mogli dobrowolnie przedłużyć okres podwójnego podawania cen na 6 kolejnych miesięcy.

Na Malcie okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen wynosił 12 miesięcy (6 miesięcy przed i 6 miesięcy po wprowadzeniu euro), przy czym przedsiębiorcy mogli jeszcze dobrowolnie przez okres dodatkowych 3 miesięcy podawać ceny w dwóch walutach. Te dodatkowe 3 miesiące miały stanowić swego rodzaju okres przejściowy umożliwiający przedsiębiorcom usunięcie systemu podwójnej ekspozycji cen. W Słowenii ogółem okres obowiązkowej podwójnej ekspozycji cen wyniósł 16 miesięcy (9 miesięcy przed i 6 miesięcy po wprowadzeniu euro).

W literaturze opisującej przedmiotową kwestię, podkreśla się również, iż dużą rolę odgrywał odpowiedni czas wprowadzenia zakazu przedstawiania cen w starej walucie. Niemcy doświadczyły największego natężenia efektów cenowych ze wszystkich państw pierwszej grupy wprowadzającej euro prawdopodobnie ze względu na fakt, iż od 1 marca 2002 r., czyli po dwóch miesiącach od przyjęcia euro, przedsiębiorcy mieli nakaz podawania cen tylko w euro.¹⁷³ Zakaz posługiwania się starą walutą był prawdopodobnie wprowadzony za szybko.

Mając na uwadze doświadczenia innych państw członkowskich oraz ww. zalecenie Komisji Europejskiej, rekomenduje się, aby po wprowadzeniu nowej waluty okres obowiązkowej ekspozycji cen trwał przez 1 rok. Z kolei fakultatywna podwójna ekspozycja cen, w czasie której przedsiębiorcy mogli by usunąć system podwójnej ekspozycji powinna trwać 3 miesiące. Jednocześnie, po tym okresie wprowadzić należy zakaz ekspozycji cen w złotych.

Podwójna ekspozycja cen powinna odbywać się w taki sposób, aby możliwe było jednoznaczne rozróżnienie, która ze wskazanych cen (czy w złotych czy w euro), ma charakter obowiązujący, a która jedynie informacyjny. W tym celu cena, w której ma być dokonana płatność powinna zostać wyróżniona (możliwe np. podkreślenie, pogrubienie) oraz wskazana jako pierwsza. Rozwiązanie takie przyjęto na Słowacji i Malcie. Ważną kwestią, uwzględnioną przez Austrię i Maltę, jest również to, żeby przy podawaniu cen i innych kwot pieniężnych w dwóch walutach nie podawać zbyt wielu danych liczbowych, gdyż nadmiar informacji może odnieść skutek odwrotny od zamierzonego – konsument może się pogubić. Natomiast celem jest przede wszystkim zapewnienie konsumentowi możliwości odczytania i porównania cen w dwóch walutach w sposób prosty i jednoznaczny.

Pozytywnie należy również ocenić przyjęcie przez Słowację oraz Maltę wspólnych formatów/wzorów oraz wytycznych dotyczących informacji w zakresie podwójnego podawania cen. Zaprojektowanie wzorów m.in. wywieszek z cenami, wskazanie wielkości czcionki (np. poprzez określenie „nie mniejsza niż”) pozwoliłoby wyeliminować w przyszłości ewentualne trudności z ustaleniem czy informacje na danej wywieszce spełniają kryteria czytelności i transparentności, jak również, poprzez fakt, iż sposób podawania informacji byłyby zbliżony u wszystkich przedsiębiorców, ułatwiłoby konsumentom szybkie odczytywanie danych. Austria w swojej ustawie wyraźnie określiła sposób w jaki miała następować podwójna ekspozycja cen (w praktyce miało to następować w ten sposób, że przy cenach podawanych obok siebie po lewej

¹⁷³Eife T. (2006): *op.cit.*, str.17.

powinna znajdować się cena w szylingach, a po prawej w euro, zaś przy cenach podawanych jedna nad drugą – cena w szylingach powinna znajdować się na górze, a w kwota w euro na dole), eliminując tym samym dowolność stosowania tych przepisów przez podmioty objęte obowiązkiem.

Zarówno Austria, Cypr, jak i Słowacja zobowiązały przedsiębiorców do udostępniania w widocznym miejscu informacji na temat oficjalnego kursu wymiany, co należy ocenić pozytywnie, jak również zobowiązały przedsiębiorców do udostępniania konsumentom tabel przeliczeniowych. W Austrii obowiązek ten miał się realizować poprzez wywieszenie w pobliżu kasy w dobrze widocznym miejscu informacji o kursie wymiany, o walucie, w której sporządzany miał być paragon oraz listę z reprodukcjami wizerunków banknotów i monet – szylingów oraz banknotów i monet w euro wraz z przeliczeniem ich wartości w drugiej walucie. Na Cyprze natomiast, tabele te obejmowały jedynie wartości banknotów i monet oraz ich przeliczenie zarówno na funty, jak i euro. Natomiast na Słowacji zobowiązano przedsiębiorców do wskazywania wszelkich wartości cen produktów lub usług oferowanych przez przedsiębiorcę (zarówno w euro, jak i koronach). Uwzględniając fakt, że asortyment niektórych przedsiębiorców jest liczny (tysiące oferowanych towarów i usług, a co się z tym wiąże – setki wartości odpowiadających cenom tych towarów i usług), rozwiązanie przyjęte na Słowacji budzi zastrzeżenia pod kątem przejrzystości i czytelności podawanych informacji. Stąd też rekomendowane byłoby rozwiązanie przyjęte w Austrii lub na Cyprze.

Wzorem wszystkich państw, w przepisach regulujących sposób podwójnej ekspozycji cen należy wskazać katalog wyjątków od zasady podwójnego podawania cen, uwzględniając specyfikę ekspozycji cen w odniesieniu do poszczególnych towarów i usług. Katalog ten jednak powinien w miarę możliwości mieć charakter zamknięty. Ponadto, należy rozważyć, biorąc za przykład Austrię, Cypr i Malte, wprowadzenie przepisu, który w przypadku, gdy podwójna ekspozycja cen nie będzie możliwa lub będzie wymagała poniesienia nadmiernych kosztów, wprowadzi upoważnienie dla właściwego organu do zwolnienia z obowiązku podwójnego podawania cen oraz do wskazania innego sposobu ich uwidocznienia. Należy tu jednak również uwzględnić specyfikę branż i stosowanych przez nie sposobów i urządzeń służących do ekspozycji cen. Mając na uwadze konieczność określenia wyjątków od zasady podwójnego podawania cen w odniesieniu do poszczególnych branż, rozważyć należy przeprowadzenie konsultacji z przedsiębiorcami, w ramach których zostaną zidentyfikowane przypadki, które owe wyjątki od zasady podwójnego podawania cen powinny stanowić.

Warto również, wzorem Malty, rozważyć opracowanie, na podstawie przepisów prawnych, przewodnika zawierającego wytyczne, które w przystępny sposób przybliżą przedsiębiorcom i konsumentom, zasady ekspozycji cen w dwóch walutach.

Wzorem takich państw jak Austria, Słowacja, Malta czy Cypr, rekomendować należy przyjęcie rozwiązania, zgodnie z którym obowiązek podwójnego podawania cen dotyczył będzie jedynie końcowych cen sprzedaży towarów i usług oraz całkowitej kwoty do zapłaty podawanej na rachunku.

Na Malcie z obowiązku podwójnej ekspozycji cen zostały wyłączone transakcje pomiędzy przedsiębiorcami. Biorąc jednak pod uwagę znaczną liczbę małych (często jednoosobowych) przedsiębiorstw funkcjonujących w Polsce, a w szczególności te zorganizowane na terenach wiejskich, należy rozważyć objęcie obowiązkiem podwójnej ekspozycji cen również stosunki między przedsiębiorcami, jeśli jedną ze stron jest mały przedsiębiorca. W takim przypadku należałoby wprowadzić definicję małego przedsiębiorcy, do którego miałyby zastosowanie zasady dotyczące podwójnej ekspozycji cen.

W Niemczech podwójna ekspozycja cen nie była obowiązkowa. Podawanie cen w dwóch walutach zostało sformułowane jedynie w dobrowolnym zobowiązaniu, do którego przystąpili przedstawiciele niemieckiego handlu detalicznego oraz grupa robocza Związku Konsumentów. Rząd Federalny nie podjął innych działań zmierzających do przyjęcia rozwiązań legislacyjnych w przedmiotowym zakresie, uznając, iż samoregulacja i dobra wola przedsiębiorców będą wystarczającymi do zapewnienia rzetelnego podawania i przeliczania cen w dwóch walutach.

Doświadczenia kolejnych miesięcy po wprowadzeniu do obiegu euro w tym państwie, pokazały, iż przyjęte rozwiązanie (a raczej jego brak) nie było właściwe. W okresie zmiany waluty, ceny wybranych produktów i usług w Niemczech znacząco wzrosły. W wielu przypadkach było to przejściowe, jednak w odniesieniu do kilku okazało się zjawiskiem trwałym (w szczególności dotyczyło sektora usług i mniejszych przedsiębiorców, których działanie – w przeciwieństwie do sieciowych sklepów i restauracji, które były bardziej narażone na negatywną reklamę – zwykle nie przyciągało uwagi mediów - tzw. „newspaper effect”). Wydaje się, iż przyczyną natężenia efektów cenowych był brak odpowiednich regulacji ustawowych w odniesieniu do obowiązku podwójnej ekspozycji cen, jak i przepisów przewidujących sankcje za niezgodne z zasadami oznaczenie produktów ceną¹⁷⁴.

W niniejszych analizach, w odniesieniu do niektórych z państw, wskazano na rozwiązania przyjęte w zakresie zaokrąglania cen. Wydaje się jednak, iż rekomendacje w tym przedmiocie, wykraczają poza ramy tego opracowania, jako że kwestia zasad zaokrąglania cen wymaga rozstrzygnięcia o charakterze horyzontalnym, w szczególności po uprzednim przeprowadzaniu odpowiednich analiz ekonomicznych.

Biorąc pod uwagę powyższe doświadczenia państw można stwierdzić, iż obowiązek podwójnego podawania cen powinien być wprowadzony ustawowym nakazem, obowiązującym w wyznaczonych ramach czasowych, z określonym dobrowolnym okresem stosowania oraz zdefiniowaną datą zakazu przedstawiania cen w starej walucie.

¹⁷⁴ Por. T. Eife, Price setting behaviour and price setting regulations at the euro changeover, Munich, 2005 r., str. 2 i n.

3. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad podwójnej ekspozycji cen w walucie narodowej i w euro przez instytucje finansowe

Zasadniczą podstawą wyznaczającą zasady funkcjonowania Unii Gospodarczej i Walutowej jest Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Reguluje on cele i narzędzia prowadzenia polityki pieniężnej, a także warunki tworzenia unii monetarnej.

Przepisy Traktatu o UE w sposób ogólny regulują kwestie dotyczące euro, będąc jednocześnie podstawą prawną uchwalenia przepisów szczegółowych. Podstawowe z nich to: Rozporządzenie Rady nr 1103/97 z dnia 17.06.1997 r. dotyczące niektórych postanowień dotyczących wprowadzenia euro oraz Rozporządzenie Rady nr 974/98/WE z dnia 3 maja 1998 r. dotyczące wprowadzenia euro. Regulacje w nich zawarte dotyczą przede wszystkim tzw. okresu przejściowego, w którym funkcjonują zarówno waluty krajowe, jak i euro. Dla zagwarantowania jasności i pewności prawnej w okresie swoistej dwuwalutowości ustanowiono konkretne zasady, tj. równowartości prawnej między euro a walutami krajowymi, ciągłości przepisów prawa i umów, określania wartości świadczeń i ich wykonywania w stosunkach handlowych, przeliczeń i zaokrąglenia przy przejściu na euro.

Dla usprawnienia działań związanych z wprowadzaniem nowej waluty do systemu finansowego Komisja Europejska wydawała także zalecenia o charakterze fakultatywnym. Spośród nich trzy zalecenia w największym stopniu odnoszą się do działań prowadzonych w trakcie wymiany waluty krajowej:

- zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/286/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie opłat bankowych za konwersję na euro (Dz.U. L 130 z 1 maja 1998 r.) – zaleca, aby banki komercyjne nie pobierały opłat za wymianę waluty w okresie podwójnego obiegu oraz za denominację kwot na rachunkach bankowych,
- zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/287/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie podwójnego oznaczania cen i kwot (Dz.U. L 130 z 1 maja 1998 r.) – zachęca przedsiębiorstwa do przedstawiania cen w walucie krajowej i w euro, aby konsumenci mogli stopniowo przyzwyczajać się do nowej waluty, co ułatwi im porównywanie cen tych samych towarów w różnych krajach UGW. Rekomenduje również długość okresu obowiązywania oraz sposoby podawania cen i innych kwot pieniężnych,
- zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/288/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie dialogu, monitoringu i informacji w celu ułatwienia przejścia na euro (Dz.U. L 130 z 01 maja 1998 r.) – zachęcające instytucje publiczne odpowiedzialne za wprowadzenie euro do utrzymywania dialogu i stałego informowania osób prywatnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw na temat praktycznych aspektów wprowadzania euro.

3.1. Słowacja

Obowiązujące w ramach Unii Europejskiej przepisy oraz wydane rekomendacje stały się podstawą do wprowadzenia odpowiednich zmian w krajowych systemach prawnych poszczególnych państw przyjmujących wspólną walutę. Na uwagę zasługują tu rozwiązania przyjęte przez Słowację, która opracowując wewnętrzne regulacje bazowała także na doświadczeniach innych państw w tym zakresie.

Głównym aktem regulującym całościowo kwestie prawne związane z przyjęciem euro przez Słowację jest Ustawa dotycząca niektórych działań związanych z wprowadzeniem euro jako prawnego środka płatniczego na terytorium Republiki Słowackiej (Nr 659/2007). Ustawa ta ma charakter horyzontalny, nowelizując wiele aktów prawnych, m.in. ustawę o Narodowym Banku Słowacji, ustawę o bankach, ustawę o płatnościach, ustawę dewizową, ustawę o wykroczeniach, ustawę o giełdzie papierów wartościowych,

ustawę o obligacjach, ustawę o papierach wartościowych i usługach inwestycyjnych, ustawę o kasach mieszkaniowych, ustawę o nadzorze nad rynkiem finansowym, ustawę o ubezpieczeniach, ustawę o inwestowaniu grupowym, ustawę o cenach, ustawę o zasadach budżetowych administracji publicznej. Zawarte w niej regulacje mają również charakter dostosowujący do przepisów unijnych, są zatem spełnieniem kryteriów prawnych, wymaganych przez prawo unijne dla przystąpienia do strefy euro (tzw. konwergencja prawna).

W ustawie tej powtórzono - określoną w art. 3 wskazanego wcześniej Rozporządzenia Rady nr 1103/97 z dnia 17.06.1997 r. - zasadę ciągłości umów, gwarantującą, że wprowadzenie nowej waluty nie będzie mieć wpływu na ciągłość umów i innych instrumentów prawnych, które były nominowane w koronach słowackich. Oznacza to np., że w przypadku instrumentów (depozytów i kredytów) o stałej stopie procentowej, wprowadzenie euro nie zmienia nominalnej stopy procentowej. Zmiana taka nastąpi natomiast w odniesieniu do kredytów i depozytów o zmiennej stopie procentowej opartej o stopy lub wskaźniki krajowego rynku pieniężnego, które zostaną zastąpione odpowiednimi stawkami dla rynku strefy euro.

Wprowadzono także stosowne zasady obowiązujące w czasie wymiany walut mające na celu zapobieżenie nadmiernemu wzrostowi cen, m.in.:

- przeliczanie kwot z korony na euro oraz ich zaokrąglanie a także uregulowano zagadnienia dotyczące podwójnego obiegu pieniądza, warunków wymiany banknotów i monet korony słowackiej na euro, operacji bezgotówkowych oraz systemów płatności, w tym zasad przeksięgowania na euro lokat bankowych i innych instrumentów prawnych wyrażonych w walucie krajowej,
- określenie parametrów wartości referencyjnych takich jak: stopy procentowe, indeksy, czy kursy wymiany oraz długość obowiązkowego okresu podwójnego podawania cen oraz podwójnego obiegu euro i korony słowackiej,
- uregulowanie kwestii zamiany wartości udziałów, akcji i kapitału wyrażonych w walucie krajowej na wartości wyrażone w euro, kwestii ponownego podziału kapitału zakładowego spółek z ograniczoną odpowiedzialnością na równe części, przy zachowaniu dawnego procentowego udziału poszczególnych udziałowców oraz kwestii zaksięgowania różnic w kwotach powstałych na skutek przeliczenia wartości kapitału itp.,
- uregulowanie kompetencji instytucji i organizacji (m.in. Narodowego Banku Słowacji, Słowackiej Inspekcji Handlowej, władz lokalnych), które uczestniczą, jako ciała nadzorujące w procesie wymiany walut.¹⁷⁵

Ustawa dotycząca niektórych działań związanych z wprowadzeniem euro jako prawnego środka płatniczego na terytorium Republiki Słowackiej była także podstawą do uchwalenia rozporządzeń regulujących w sposób bardziej szczegółowy wybrane zagadnienia dotyczące wprowadzenia euro. Do takich aktów prawnych regulujących zagadnienia związane z funkcjonowaniem instytucji na rynku finansowym należy Rozporządzenie Narodowego Banku Słowacji ustanawiające reguły dotyczące podwójnego podawania cen, płatności i innych kwot w sektorach bankowym, rynków kapitałowych, ubezpieczeń i emerytalnym, które weszło w życie z dniem 1 lipca 2008 r.¹⁷⁶

¹⁷⁵ Patrz: A. Górka, W. Lip, M. Siemaszko, Prawne i praktyczne aspekty przygotowań Słowacji do zamiany waluty krajowej na euro; Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie unii gospodarczej i walutowej. Projekty badawcze część II; NBP.

¹⁷⁶ Ang. Decree of the National Bank of Slovakia of 10 June 2008 laying down certain rules for the dual display of certain prices, payments and other amounts applicable to the financial market and services of financial institutions in the area of banking, capital market, insurance and pension saving.

Rozporządzenie to regulowało zarówno techniki, procedury i metody podwójnego podawania cen, płatności i innych kwot w zakresie usług świadczonych przez podmioty rynku finansowego, jak również zakres dokumentów i nośników informacji, które podlegały obowiązkowi podwójnej ekspozycji cen. Zaliczono do nich zarówno dokumenty przekazywane w formie papierowej jak i te przekazywane w formie elektronicznej za pośrednictwem urządzeń telefonicznych i internetu, a także dokumenty drukowane przez bankomaty i terminale płatnicze. Wyłączenie zastosowano wobec danych wysyłanych w formie SMS oraz danych prezentowanych na ekranach bankomatów. Obowiązkiem podwójnej ekspozycji cen objęto wyciągi z rachunków oraz dokumenty zawierające dane na temat opłat i prowizji – w okresie od początku miesiąca poprzedzającego wprowadzenie euro do końca pierwszego kwartału po jego wprowadzeniu. Dodatkowo ustalono, że podwójna ekspozycja cen na wyciągu ma być stosowana wobec poszczególnych instrumentów, które są zarejestrowane na rachunku. W odrębnym akcie prawnym uregulowano także kwestie techniczne związane z przewalutowaniem na euro i zaokrągleniem wartości dla określonego rodzaju papierów wartościowych. Przyjęto, że wartości papierów o charakterze udziałowym wyrażane będą w zaokrągleniu do czterech miejsc po przecinku, zaś papierów dłużnych do dwóch miejsc po przecinku.

W omawianym rozporządzeniu uwzględnione zostały kwestie przewalutowania i zaokrąglenia wartości jednostek emerytalnych, zaokrąglenia kwot z tytułu ubezpieczeń dokonywanych przy przewalutowaniu na euro, jak również kwestie związane z podawaniem wartości papierów wartościowych w okresie pomiędzy ustaleniem nieodwracalnego kursu wymiany a wprowadzeniem euro. Przyjęto, że wartości w euro podawane będą z dokładnością do sześciu miejsc po przecinku. W przypadku, gdy siódma cyfra będzie większa od 5 zaokrąglenie nastąpi w górę, a gdy mniejsza lub równa, to zaokrąglenie będzie w dół.

3.2. Pozostałe kraje

W odniesieniu do pozostałych państw objętych niniejszym opracowaniem (Austria, Cypr, Malta, Niemcy oraz Słowenia) należy wskazać, iż nie wprowadziły one odrębnych, szczegółowych regulacji dotyczących podwójnej ekspozycji cen w walucie narodowej i w euro przez instytucje finansowe. Kwestia podwójnej ekspozycji cen w sektorze finansowym uregulowana została w aktach prawnych dotyczących wszystkich sektorów gospodarki, które szczegółowo omówione zostały w poprzednim rozdziale.

W przypadku Austrii, wprowadzono dwa rozwiązania szczególne w zakresie regulacji dotyczących rynku finansowego. Jednym z nich było wyłączenie obowiązku podwójnej ekspozycji cen w odniesieniu do pokwitowań stosowanych w obrocie płatniczym oraz w transakcjach instytucji kredytowych dotyczących papierów wartościowych. Drugie przyjęte rozwiązanie dotyczyło wyciągów z rachunków bankowych i polegało na tym, że obowiązek stosowania podwójnej ekspozycji cen w przypadku wyciągów bankowych rozpoczął się z dniem 01 stycznia 2001 roku, podczas gdy taki sam obowiązek wobec wszystkich innych podmiotów rozpoczął się znacznie później, tj. 01 października 2001 roku.

Z kolei w niemieckim raporcie stanowiącym rodzaj narodowego planu wprowadzenia euro¹⁷⁷ (szczegóły na temat raportu w podrozdziale 2.2), wskazano, iż w związku ze zmianą waluty rachunków bankowych na euro i obliczaniem płatności krajowych wpływających i wychodzących w DM lub euro Komisja Europejska w swojej rekomendacji w sprawie opłat bankowych w związku z wprowadzeniem euro z dnia 23 kwietnia 1998 r. zawarła zasady dotyczące praktyki naliczania opłat za transakcje w związku z

¹⁷⁷ Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung, 4. Bericht des Arbeitsstabes europäische Wirtschafts und Währungsunion des Bundesministeriums der Finanzen und der Bundesministerien vom 5. Juli 2000, str. 31 i n.

wprowadzeniem euro. Stosownie do treści rekomendacji, w gestii klienta pozostaje decyzja, czy w okresie od 1 stycznia 1999 do 31 grudnia 2001 r. jego rachunek bankowy ma być nadal prowadzony w DM, czy też chce by był prowadzony w euro. Jednokrotna zmiana waluty, w której prowadzony jest dany rachunek bankowy, powinna być w każdym przypadku nieodpłatna – i to zarówno w trakcie trzyletniego okresu przejściowego, jak i na jego koniec.

Również zgodnie z wymienioną rekomendacją w przypadku przeliczania wpływających i wychodzących płatności klientowi nie powinny być naliczane żadne dodatkowe opłaty. Gdy klient otrzymuje wpłatę w euro na konto prowadzone w DM, wówczas bank zobowiązany był do dokonania automatycznego i nieodpłatnego przeliczenia kwoty w euro na DM. Podobnie sytuacja wyglądała w przypadku, gdy klient posiadający rachunek w DM chciał zrealizować przelew w euro. Płatności lub wpływy w DM miał być księgowane i w tym przypadku bez dodatkowych opłat na koncie klienta prowadzonym w euro. Za operację wykonywaną w euro miały być pobierane takie opłaty jak za identyczne usługi wykonywane w DM; ewentualne opłaty powinny być wyraźnie i osobno wskazywane.

W dokumencie zaznaczono, iż rekomendacja Komisji Europejskiej, skierowana bezpośrednio do wszystkich instytucji finansowych zlokalizowanych w Niemczech i w innych państwach członkowskich, miała zapewnić nieobciążanie klientów opłatami w związku z przyjęciem euro. Nadmieniono, iż rządowi federalnemu nie były znane żadne naruszenia tej rekomendacji.

Analiza informacji otrzymanych od organów nadzoru w ww. krajach, jak i dostępne dokumenty pozwalają wnioskować, iż w krajach tych nie zidentyfikowano problemów dot. kwestii podwójnej ekspozycji cen, czy też ewentualnego nieuprawnionego wzrostu cen w momencie wprowadzenia euro w odniesieniu do podmiotów rynku finansowego.

Wydaje się, iż może być to efektem stałego, bezpośredniego nadzoru ze strony organów państwowych nad podmiotami finansowymi oraz określonych sankcji w przypadku nieuprawnionych działań.

3.3. Podsumowanie

W publikacjach dotyczących skutków wprowadzania euro w innych krajach nie pojawiają się informacje dotyczące występowania zjawiska nieuzasadnionego nadmiernego wzrostu cen w zakresie usług czy produktów oferowanych przez podmioty sektora finansowego. Wydaje się zatem, iż przyjęcie tak szczegółowych regulacji, jak na Słowacji (np. uregulowanie kwestii ewentualnych zmian stóp procentowych depozytów i kredytów czy też technik, procedur i metod podwójnego podawania cen, płatności i innych kwot w zakresie usług świadczonych przez podmioty rynku finansowego), można uznać za skuteczne w zapobieżeniu wystąpienia tego zjawiska.

Analizując zagadnienia dotyczące cen na rynku finansowym w kontekście wprowadzenia euro, nie należy zapominać o niezwykle istotnym czynnikiem mogącym wpływać na ceny, jakim są koszty z tym związane, które zostaną ewentualnie poniesione przez podmioty sektora finansowego (banki, ubezpieczyciele, towarzystwa funduszy inwestycyjnych i emerytalnych, domy maklerskie, Gielda Papierów Wartościowych S.A.), m.in. z uwagi na konieczność dostosowania systemów informatycznych do wymogu podwójnej ekspozycji cen. Wysokość kosztów, jakie poniesie sektor finansowy, zależeć będzie od scenariusza wprowadzenia euro (potencjalna dwuwalutowość systemów) oraz długości okresu podwójnego obiegu, w trakcie którego klienci będą mogli dokonywać płatności w kasach, używając obydwu walut.

Mając na uwadze powyższe, należy rozważyć objęcie szczególnym nadzorem podmioty rynku finansowego w okresie poprzedzającym przyjęcie euro.

Jednocześnie o ostatecznym kształcie oraz formie ewentualnych regulacji powyższych kwestii przesądzi przyjęta strategia dokonywania zmian prawnych w związku z przyjęciem euro.

4. Analiza działań podjętych w innych krajach w zakresie opracowania zasad monitorowania cen

4.1. Austria

Organy kontroli

Kompetencje w zakresie monitoringu przestrzegania podawania cen w obu walutach i realizowania postępowań karnych administracyjnych powierzono okręgowym urzędom administracyjnym. Organy, którym powierzono nadzór nad przestrzeganiem podawania cen w dwóch walutach zostały wyposażone w prawo do wejścia do pomieszczeń przedsiębiorcy w godzinach urzędowania, celem uzyskania danych niezbędnych do realizacji powierzonych zadań.¹⁷⁸

Komisja ds. cen w Euro

Jako organ doradczy Federalnego Ministra ds. Gospodarczych w związku z realizacją ustawy o podawaniu cen w euro w Federalnym Ministerstwie Spraw Gospodarczych utworzona miała zostać Komisja ds. cen w euro. Prace Komisji miały być wspierane przez sekretariat, którego zadaniem było w szczególności przyjmowanie i rozpatrywanie skarg oraz udzielanie informacji na temat uregulowań zawartych w ustawie o podawaniu cen w euro.¹⁷⁹

Zgodnie z przepisami Ustawy (EWAG) funkcje Komisji ds. cen w euro zostały powierzone funkcjonującej przy Federalnym Ministerstwie Spraw Gospodarczych Komisji cen.¹⁸⁰

Do zadań Komisji ds. cen w euro należało:

1. doradztwo na rzecz Federalnego Ministra Spraw Gospodarczych podczas monitorowania podawania cen w dwóch walutach zgodnie z postanowieniami niniejszej Ustawy federalnej;
2. zajmowanie stanowiska w przypadku konieczności przedłużenia okresu podwójnej ekspozycji cen oraz w przypadku konieczności podjęcia innych niż przewidziane przepisami Ustawy dot. sposobów podwójnej ekspozycji cen, stosownych działań umożliwiających obliczanie kwot w dwóch walutach;
3. konsultacje dotyczące skarg wpływających od ludności oraz sporządzanie rekomendacji dotyczących usunięcia nieprawidłowości;
4. sporządzanie sprawozdań dla Federalnego Ministra Spraw Gospodarczych na temat osiągnięcia celów z niniejszej Ustawy federalnej;
5. sporządzanie rocznego sprawozdania dla rządu federalnego dotyczącego działań realizacyjnych niezbędnych dla osiągnięcia celów z niniejszej Ustawy federalnej;
6. sprawy dotyczące kontroli cen w euro określone w przepisach przedmiotowej Ustawy.¹⁸¹

Przepisy Ustawy regulowały sposób funkcjonowania Komisji ds. cen w euro, w tym kwestie związane z utworzeniem sekretariatu, uchwaleniem regulaminu, sporządzania sprawozdań oraz możliwość korzystania z pomocy rzeczoznawców.¹⁸² Na przykład, z § 19 (3) Ustawy (EWAG), który regulował kwestię udziału rzeczoznawców w pracach Komisji wynikało,

¹⁷⁸ § 28 *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

¹⁷⁹ Euro-Umstellung im öffentlichen Sektor Bundesministerium für Finanzen Mai 1999 s. 34

¹⁸⁰ § 19 (1) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

¹⁸¹ § 19 (2) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

¹⁸² § 19 (3-7) *Euro-Währungsangabengesetz (EWAG)*

iz „(...) jako rzeczoznawcy do prac komisji powinni dołączyć po jednym przedstawicielu Austriackiej Federacji Związków Zawodowych, Austriackiej Federacji Miast i Austriackiej Federacji Gmin oraz jeden przedstawiciel krajów związkowych.”

W toku swojej pracy komisja otrzymała ok. 700 zawiadomień o nieuzasadnionym podnoszeniu cen i zbadała przypadki, w których wzrost był wyższy niż 3%. W związku z trudnościami z jednoznacznym ustaleniem przyczyny wzrostu cen kary przewidziane w Ustawie (EWAG) w praktyce kary nie były jednak nakładane. W praktyce okazało się, iż mechanizmy rynkowe były bardziej skuteczne, jeśli chodzi o ograniczanie wzrostu cen (szczególnie, gdy jedna z dużych sieci detalicznych ogłosiła, iż zamierza zaokrąglić wszystkie ceny w dół).¹⁸³

Uprawnienia kontrolne Federalnego Ministra Spraw Gospodarczych

Kontroli cen w związku z wprowadzeniem euro mógł dokonywać również Federalny Minister Spraw Gospodarczych. Minister mógł z urzędu skontrolować, czy cena za towar lub świadczenie żądana przez jedno lub kilka przedsiębiorstw, albo dokonana podwyżka cen w związku z wprowadzeniem euro odzwierciedlała rozwój cen danego dobra lub świadczenia na rynku międzynarodowym lub rozwój indeksu cenowego danej gałęzi gospodarki, czy też przewyższała w ponadprzeciętnym zakresie ogólną podwyżkę cen danej gałęzi.¹⁸⁴ W ramach przedmiotowych kontroli Federalny Minister Spraw Gospodarczych mógł zlecić obserwację rynku przedsiębiorstwom lub organizacjom działającym w tym zakresie. Placówki te miały zatem realizować zadania władzy zwierzchniej, przy czym podczas zlecania takich zadań należało się upewnić, czy przestrzegane są przepisy Ustawy w zakresie obowiązku zachowania tajemnicy.¹⁸⁵

Obowiązek zachowania tajemnicy został nałożony na podmioty uczestniczące w postępowaniu zgodnym z ww. przepisami Ustawy oraz w monitorowaniu cen albo monitorowaniu podawania cen w dwóch walutach. Podmioty biorące udział w takim postępowaniu kontrolnym nie mogły zdradzać ani publikować tajemnic urzędowych, handlowych lub zakładowych, które zostały im powierzone lub do których dotarły pełniąc tę funkcję, ani w trakcie samego postępowania, ani po jego zakończeniu.¹⁸⁶

Wyniki kontroli oraz ekspertyzy sporządzonej przez Komisję ds. cen w euro, z zachowaniem obowiązku tajemnicy, Federalny Minister Spraw Gospodarczych publikował w „Dzienniku Urzędowym do Wiener Zeitung“ lub w inny adekwatny sposób.¹⁸⁷

Swoistym środkiem w jakie został wyposażony Federalny Minister Spraw Gospodarczych w przypadku, gdy przeprowadzona kontrola wskazała, iż jedno lub kilka przedsiębiorstw dopuściło się nieuzasadnionej polityki cenowej w związku z wprowadzeniem euro, była możliwość ustalenia przez niego na okres do sześciu miesięcy cen będących uzasadnionymi cenami gospodarki narodowej, jeżeli stwierdzonych nieprawidłowości nie dało się usunąć środkami rynkowymi.¹⁸⁸

Zgodnie z przepisami Ustawy urząd odpowiedzialny za ustalanie cen (także organ upoważniony do nadzorowania podawania cen w dwóch walutach w ramach działań monitorujących¹⁸⁹) działając za pośrednictwem swoich organów został upoważniony do żądania od osób zobowiązanych do udzielania informacji, by podawały informacje

¹⁸³ Narodowy Bank Polski (2003): „Przebieg procesu wprowadzania banknotów i monet euro w państwach Unii Gospodarczej i Walutowej”, s. 48

¹⁸⁴ § 20 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁸⁵ § 20 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁸⁶ § 21 *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁸⁷ § 20 (4) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁸⁸ § 20 (5) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁸⁹ § 22 (2) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

o wszystkim, co jest konieczne dla wprowadzenia nakazu cenowego oraz do udzielania wglądu w tym celu do dokumentacji gospodarczej i handlowej. To samo dotyczyło przeprowadzenia kontroli w oparciu o składane wnioski.¹⁹⁰

Wszyscy przedsiębiorcy oraz organizacje i federacje przedsiębiorców zostały zobowiązane do udzielania informacji podmiotom prowadzącym kontrolę cen na podstawie przepisów Ustawy. Jednocześnie obowiązek ten nie naruszał ustawowego obowiązku zachowania tajemnicy. W przepisach Ustawy wyraźnie zaznaczono, iż podmiotom kontrolowanym nie przysługują żadne świadczenia z tytułu zwrotu kosztów związanych z udzielaniem informacji.¹⁹¹

4.2. Słowenia

W Słowenii za proces monitorowania cen odpowiedzialne były następujące podmioty: Urząd Statystyczny oraz Słoweńska Federacja Konsumentów (*Slovene Consumers' Association, SCA-ZPS*), natomiast za wykonanie postanowień Ustawy - Inspekcja Rynku (ang. - *the Market Inspectorate of the Republic of Slovenia*).¹⁹²

Działania Urzędu Statystycznego polegające na monitoringu cen w związku ze zmianą waluty rozpoczęły się w kwietniu 2006 r., tj. miesiąc po wprowadzeniu obowiązku podwójnego podawania cen. Badania jakie przeprowadził słoweński Urząd Statystyczny koncentrowały się wokół dokładnej analizy składowych inflacji z wyszczególnieniem podgrup cen towarów i usług, które w danym miesiącu najbardziej wpłynęły na wzrost inflacji, jak również tych cen towarów i usług, których zmiany w ostatnim miesiącu/kwartale najbardziej odbiegały od ich trendu w analogicznym okresie pięciu ostatnich lat.

Z kolei Słoweńska Federacja Konsumentów, będąc podwykonawcą rządowego Biura Ochrony Konsumentów, wspólnie z *International Consumer Research Institute* prowadziła akcję o nazwie *PriceWatch*, która trwała od lutego 2006 r. Środki na jej finansowanie pochodziły od Banku Słowenii oraz Rządu. Przeprowadzana kwartalnie we wszystkich regionach akcja objęła łącznie 104 reprezentatywne towary i usługi, które w państwach poprzednio wprowadzających euro były najbardziej narażone na wzrost cen w okresie wprowadzenia euro do obiegu gotówkowego. Z projektem *PriceWatch* łączyła się publikacja „czarnej listy” (ang. - *name and shame*), mająca miejsce od grudnia 2006 r.

4.3. Cypr

Za systematyczne monitorowanie i publikowanie informacji na temat zmian cen na Cyprze w związku z wprowadzeniem nowej waluty, w szczególności w odniesieniu do tzw. produktów wrażliwych, odpowiedzialne było Ministerstwo Finansów wraz z Urzędem Statystycznym (*the Statistical Services*). Działania w tym zakresie podejmowane były we współpracy z ogólnokrajową organizacją konsumencką (*the Pan-Cyprian Consumers Association*)¹⁹³.

Polityka monitorowania cen oparta została na trzech filarach, tj. na:

¹⁹⁰ § 22 (1) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁹¹ § 22 (3-4) *Euro-Währungsangabengesetz* (EWAG)

¹⁹² Art. 11 *Act on the Dual Display of Price in Tolars and Euros* (ZDOCTE)

¹⁹³ National Changeover Plan. From the pond to the euro (revised), August 2007, str. 42.

1. częstej publikacji wskaźników zmian cen przez Urząd Statystyczny oraz regularnym monitoringu wybranych produktów wrażliwych/ich kategorii, uważanych za produkty o wysokim ryzyku z punktu widzenia ewentualnego nieuzasadnionego podnoszenia cen;
2. monitoringu niektórych produktów wrażliwych (innych niż wskazane w pkt 1) przedsiębiorców i sklepów będących sygnatariuszami kodeksu uczciwych praktyk cenowych. Przeprowadzenie monitoringu należało do ogólnokrajowej organizacji konsumenckiej, której zadaniem była również publikacja na stronach internetowych, w gazetach, czasopiśmie i innych drukach, informacji na temat cen i zmian cen;
3. monitoringu niektórych produktów wrażliwych (tych samych co w pkt 2) przedsiębiorców i sklepów nie będących sygnatariuszami kodeksu uczciwych praktyk cenowych. Przeprowadzenie monitoringu należało do ogólnokrajowej organizacji konsumenckiej¹⁹⁴.

Zgodnie z ustawą z 15 marca 2007 r. regulującą sprawy związane z przyjęciem euro, Rada Ministrów – w celu ochrony konsumentów – zobowiązana została do powołania, w każdym z 5-ciu dystryktów tzw. Euro-observatoriów, do których zadań należało monitorowanie wprowadzenia euro, legalności transakcji, transparentności działań podejmowanych przez przedsiębiorców, jak również udzielanie konsumentom informacji w wyżej wymienionym zakresie, odbieranie zgłoszeń, prowadzenie mediacji i pomaganie w kwestiach związanych z przejściem na euro (art. 17). W szczególności było to:

- badanie – podejmowane z własnej inicjatywy bądź w wyniku skargi konsumenta –wszelkich przypadków ewentualnego naruszenia przepisów ww. ustawy;
- wydawanie zaleceń w kwestii sposobu naprawiania uchybień, które dostawcy towarów lub usług popełnili w trakcie procesu wdrażania przepisów ww. ustawy;
- przeprowadzanie inspekcji, lub upoważnianie innych do ich przeprowadzenia, w miejscach lub lokalach, w których oferowane były towary lub świadczone były usługi, w celu weryfikacji czy przedsiębiorcy dostosowali się do przepisów ww. ustawy (Euro-observatorium mogło delegować swoje uprawnienia na poszczególnych członków bądź ich grupy);
- odbieranie od przedsiębiorców deklaracji, w których zobowiązywali się oni do przestrzegania postanowień kodeksu uczciwych praktyk cenowych w formie zaakceptowanej przez Ministra Finansów, publikowane w dzienniku ustaw nazwisk dostawców – sygnatariuszy ww. kodeksu oraz monitorowanie i nadzorowanie stosowania przez przedsiębiorców postanowień powyższego kodeksu;
- przedłużanie/przyznawanie prawa do używania specjalnego logo, w formie zaakceptowanej przez Ministra Finansów, dostawcom, który zobowiązali się do przestrzegania postanowień kodeksu uczciwych praktyk cenowych oraz do odbierania tego prawa, w przypadku gdy postanowienia kodeksu były naruszane, jak również powiadamiania o tym opinii publicznej.

Jednocześnie wskazano, iż utrudnianie wykonywania przez Euro-observatorium czynności, o których mowa w pkt 3 powyżej, będzie zagrożone karą do 2 lat pozbawienia wolności lub karą pieniężną w wysokości do dziesięciu tysięcy funtów (£10 000,00) w okresie poprzedzającym datę przyjęcia euro, lub do stu siedemnastu tysięcy euro (€17 000,00) od daty przyjęcia euro lub dwóm karom łącznie.

W skład Euro-observatoriów wchodziło dziesięciu członków, w tym naczelnik dystryktu (*the District Officer*) lub jego przedstawiciel (jako przewodniczący) oraz po jednym przedstawicielu: Ministra Finansów, Ministra Handlu, Przemysłu i Turystyki (*the Minister of Commerce Industry and Tourism*), Cypryjskiego Stowarzyszenia Konsumentów (*the Cyprus Consumers Association*), Ogólnokrajowej Ligi Konsumentów i Jakości Życia (*the Pan-Cyprian Consumers and Quality of Life League*), Stowarzyszenia Banków Komercyjnych (*the Association of Commercial Banks*), Ogólnokrajowej Konfederacji Spółdzielni (*the Pan-Cyprian Cooperative*

¹⁹⁴ Ibidem, str. 43.

Confederation Ltd.) oraz organizacji związków zawodowych PEO, SEK i DEOK (*the trade union organizations PEO, SEK, DEOK*).

Działalność Euro-observatoriów była monitorowana przez Ministra Finansów, któremu każdy przewodniczący Euro-observatorium był zobowiązany przedłożyć ustalenia dotyczące procesu wymiany waluty narodowej na euro. W sytuacji, gdy ustalenia odnosiły się do banków lub spółdzielczych instytucji kredytowych, były one przekazywane również Prezesowi Banku Centralnego Cypru (*the Governor of the Central Bank of Cyprus*) lub odpowiednio Komisarzowi Urzędu Nadzoru i Rozwoju Towarzystw Spółdzielczych (*the Commissioner of the Authority for the Supervision and Development of Cooperative Societies*).

Euro-observatoria poszczególnych dystryktów miały siedziby w urzędach odpowiednich naczelników dystryktu.

Jednocześnie, w ustawie w sprawie przyjęcia euro wskazano, iż sposób działania Euro-observatoriów, w tym m.in. kwestie związane z kworum, metodami badania napływających skarg, sposobem podejmowania decyzji, przeprowadzania inspekcji, metodami monitorowania kodeksów uczciwych praktyk cenowych, określeniem obowiązków inspektorów i urzędników Euro-observatorium, okresu działalności Euro-observatoriów, jak również związane z tym szczegóły, regulowało zarządzenie Ministra Finansów.

W wyniku nowelizacji cypryjskiej ustawy o przyjęciu euro, kompetencje Euro-observatoriów zostały rozszerzone, tak aby umożliwić im bardziej efektywne działanie¹⁹⁵. Obowiązkowe stało się publikowanie nazwisk osób, które zostały ukarane grzywną za naruszenie przepisów ustawy o przyjęciu euro.

4.4. Malta

Observatorium Euro

Rozporządzenie *The Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007* zawierało także przepisy regulujące systemem ostrzeżeń i ewentualnego nakładania grzywien w przypadku naruszenia przepisów, odnoszących się do wprowadzenia euro na Malcie. Zgodnie z ww. Rozporządzeniem wprowadzono specjalną procedurę kontroli przestrzegania przepisów dotyczących podwójnej ekspozycji cen, inicjatywy FAIR oraz nakładania kar, składania odwołań.¹⁹⁶ Przy czym Euro-observatorium i Ministerstwo ds. Konsumentów zostały wyznaczone jako organy właściwe ws. nakładania kar i grzywien.¹⁹⁷

Celem realizacji przepisów powołano tzw. Euro-observatorium (ang. - *Euro Observatory*), które działało w ramach Ministerstwa Finansów. Do jego zadań należało m.in. czuwanie nad zachowaniem procedur administracyjnych przy podawaniu cen, podejmowanie działań w celu zapewnienia zgodności przepisów rozporządzenia z innymi regulacjami przewidzianymi w tym zakresie, organizowanie szkoleń itp. koordynacja inicjatywy FAIR, monitorowanie procesu kształtowania się cen oraz prowadziło dochodzenia w przypadku zarzutów o naruszenie zobowiązań podjętych w ramach inicjatywy FAIR.^{198 i 199}

¹⁹⁵ Ang. Amending Law of the Adoption of the Euro Law of 2007 (publ. Official Gazette App. I(I) L. 77(I)/2007, N. 4130, 29.6.2007)

¹⁹⁶ Art. 24 , 25 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁹⁷ Art. 27 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

¹⁹⁸ Por. Górská A., Lip W., Siemaszko M., Prawne i praktyczne aspekty przygotowań Słowacji do zamiany waluty krajowej na euro [w:] Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej, opracowanie Narodowego Banku Polskiego, Projekty badawcze cz. II, s. 207

¹⁹⁹ Art. 4 *Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, 2007*

Z Euro-observatorium współpracowało około siedemdziesięciu Euro-asystentów, którzy byli odpowiedzialni za udzielanie wsparcia i szkolenia dla biznesu, a także za zapewnienie funkcjonowania inicjatywy FAIR. Współpraca między Euro-observatorium, a innymi podmiotami rządowymi umożliwiła monitoring tendencji cen w obu sektorach: towarów i usług.²⁰⁰

Obserwacja cen

Jednym z obowiązków Euro-observatorium było monitorowanie i analizowanie tendencji cenowych w okresie wymiany walut. We współpracy z Wydziałem Konkurencji i Konsumentów w Ministerstwie Konkurencyjności i Komunikacji (ang. - *The Consumer and Competition Division in the Ministry of Competitiveness and Communications*) oraz przy pomocy międzynarodowych ekspertów na podstawie projektów twinningowych z Austrią i Francją, Euro-observatorium monitorowało ceny konkretnych produktów i usług, które były nabywane w sposób regularny i analizowało tendencje cenowe, w różnych sektorach handlu oraz w przedziałach czasowych. Wyniki analiz były publikowane na specjalnie utworzonej w tym celu stronie internetowej. Informacje te miały być również wykorzystywane w celu zapewnienia, iż uczestnicy inicjatywy FAIR wypełniali swoje zobowiązania i nie podnosili cen ze względu na przejście na euro.²⁰¹

Mystery shopping

W okresie od maja 2007 r. do marca 2008 r. NECC przeprowadził współfinansowany (*Union Haddiema Maqgħudin*) projekt mający na celu monitorowanie i analizę cen poprzez serię kontrolowanych/anonimowych zakupów (ang. - *mystery shopping*).²⁰² Operacja ta polegała na regularnym monitorowaniu kosza 200 najczęściej kupowanych produktów i usług. W programie wzięło udział 40 anonimowych klientów (ang. - *mystery shoppers*), którzy dokonywali kontrolowanych zakupów w tych samych placówkach w określonym przedziale czasowym. Analiza wyników przedmiotowej akcji miała na celu monitorowanie nieuzasadnionych ekonomicznie podwyżek cen w okresie wymiany waluty. Wyniki zmian cen były podawane do publicznej wiadomości.²⁰³

Infolinia w sprawie euro

NECC uruchomiło także specjalną infolinię („Linja Ewro 154”), za pośrednictwem której każdy mógł uzyskać interesująca go informację na temat procesu wprowadzania euro lub złożyć skargę. NECC miało obowiązek dostarczyć wszystkim handlowcom detalicznym naklejki promujące krajową infolinię w sprawie euro (*Linja Ewro 154*) oraz numer, na który należy wysłać SMS, by automatycznie przeliczyć daną wartość z lir maltańskich na euro.²⁰⁴

4.5. Słowacja

Monitorowanie zmian poziomu cen oraz podejmowane w tym zakresie działania kontrolne miały na celu ograniczenie, w szczególności w początkowym okresie wprowadzenia euro, wzrostu cen towarów i usług w związku z wymianą waluty.

²⁰⁰ Final Master Plan for the Euro Changeover in Malta, s. 6

²⁰¹ Final Master Plan for the Euro Changeover in Malta, s. 81

²⁰² Final Master Plan for the Euro Changeover in Malta, s. 6

²⁰³ Final Master Plan for the Euro Changeover in Malta, s. 81

²⁰⁴ *Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)*, s. 4

Szczegółowe przepisy w zakresie obowiązków kontrolnych wraz z sankcjami i monitoringiem poziomu cen w związku z wprowadzeniem euro zamieszczone zostały w ustawie z dnia 28 listopada 2007 r. o wprowadzeniu waluty euro w Republice Słowacji²⁰⁵, tzw. „ustawie horyzontalnej”, która weszła w życie 1 stycznia 2008 r.

Kontrola

Za systematyczne monitorowanie cen odpowiedzialna była Słowacka Inspekcja Handlowa (SIH). Instytucja ta kontrolowała prawidłowość podwójnego podawania cen, przestrzeganie zasad zaokrąglania cen i poprawne stosowanie oficjalnego kursu wymiany, a także monitorowała przestrzeganie zakazu wliczania kosztów zamiany korony słowackiej na euro w cenę produktów i usług. Obserwacje były przeprowadzane w czasie trwania obowiązku podwójnego podawania cen oraz kilka miesięcy później. Kontrole były przeprowadzane przypadkowo i anonimowo oraz w reakcji na skargi konsumentów wpływające bezpośrednio do SIH²⁰⁶.

W zależności od technicznych możliwości, monitorowanie poziomu cen wykonywane było w odniesieniu do ograniczonego koszyka towarów konsumpcyjnych (najczęściej nabywanych przez konsumentów), we współpracy z Urzędem Statystycznym (*Statistical Office*) oraz Narodowym Bankiem Słowacji, a wyniki monitoringu były publikowane na bieżąco (co 2 tygodnie). W proces monitorowania poziomu cen zaangażowane zostały, na zasadzie dobrowolności, organizacje konsumenckie. W założeniu inspektorzy - ochotnicy mieli monitorować ceny w ok. 350 punktach sprzedaży, przy czym kontrole miały być przeprowadzane w danym punkcie systematycznie i miały dotyczyć ustalonego zestawu produktów²⁰⁷.

Dla inspektorów zostały opracowane metodologiczne podręczniki oraz instrukcje dotyczące wykonywania kontroli. Pracownicy odpowiedzialni za przygotowanie podręczników i planów dotyczących kontroli (*methodology officers*) poszczególnych organów kontrolnych zostali przeszkoleni przez autorów przepisów w powyższym zakresie, na przynajmniej 9 miesięcy przed wprowadzeniem euro. Organy kontroli, wskazane w ustawie horyzontalnej, udostępniły konsumentom – na krótko przed rozpoczęciem okresu podwójnej ekspozycji cen – numer telefonu oraz adres e-mail, poprzez które konsumenci mogli kierować wszelkie skargi, wskazania etc. związane z łamaniem przepisów prawa podczas wprowadzenia euro. Organy kontroli, na swoich stronach internetowych, zamieściły numery telefonów oraz adresy e-mail innych organów kontroli, tak aby konsumenci łatwo mogli uzyskać informacje o podmiocie, do którego powinni skierować swoje skargi czy sugestie. Sprawozdania z przeprowadzonych kontroli, organy kontroli przedstawiły Komitetowi Roboczemu dla Sektora Niefinansowego i Ochrony Konsumentów w drugiej połowie 2009 r. Wspólny raport, przygotowany przez Komitet Roboczy, został przedłożony rządowi przez Ministra Gospodarki. Następnie, informacje o wynikach przeprowadzonych kontroli udostępniono opinii publicznej (zarówno na stronie internetowej, jak i w środkach masowego przekazu). W trakcie obowiązywania okresu podwójnej ekspozycji cen, informacje dotyczące wyników przeprowadzonych kontroli były również regularnie podawane do wiadomości wszystkich zainteresowanych stron, co miało na celu zachęcanie do podejmowania działań zgodnych z wymaganiami jakie nakładały przepisy prawa oraz miało wyeliminować sytuacje, w których podmioty te mogłyby ponieść szkodę z tytułu negatywnych publikacji dotyczących wyników przeprowadzonych kontroli.

²⁰⁵ Ang. Act No. 659/2007 Coll. of 28 November 2007 on the introduction of the euro currency in the Slovak Republic (including amendments to certain acts), <http://www.euromena.sk/legislation/10268s>

²⁰⁶ Por. Prawne i praktyczne aspekty przygotowań Słowacji do zamiany waluty krajowej na euro, A. Górka, W. Lip, M. Siemaszko [w:] Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej, opracowanie Narodowego Banku Polskiego, Projekty badawcze cz. II, str. 133.

²⁰⁷ Ibidem, str. 134.

Na Słowacji w trakcie kontroli sprzedawca musiał uzasadnić, dlaczego doszło do wzrostu cen, jednak aby nałożyć karę, to jednostka monitorująca musiała udowodnić, że dopuszczono się nadużycia.²⁰⁸ Na Słowacji znowelizowano ustawę o kasach fiskalnych, która wprowadziła obowiązek przechowywania informacji o cenach jednostkowych przez 3 lata, aby umożliwić kontynuowanie kontroli oraz dalsze prowadzenie analiz cenowych.²⁰⁹

Rozstrzygnięcie sporów

Jak wskazano w Narodowym Planie Wprowadzenia Euro dla Republiki Słowacji²¹⁰, bazując na wynikach przeprowadzonych kontroli, monitoringu cen, jak również składanych przez konsumentów skargach i wnioskach, Minister Gospodarki, korzystając z pomocy utworzonego Komitetu Roboczego dla Sektora Niefinansowego i Ochrony Konsumentów (*Working Committee for the Non-financial Sector and consumer protection*) nadzorował ochronę konsumentów pod względem zgodności z odpowiednimi postanowieniami ustawy z dnia 28 listopada 2007 r. o wprowadzeniu waluty euro w Republice Słowacji.

Ponadto, w ramach współpracy z właściwymi organami, Komitet ten: nadzorował wykonanie obowiązków ustalonych na okres związany z przygotowaniem do wprowadzenia euro, jak i okres wprowadzenia euro; przygotowywał dla ministra i Narodowego Komitetu Koordynacyjnego (*National Coordination Committee*) propozycje podjęcia niezbędnych działań mających na celu utrzymanie stabilnego poziomu cen; opracował zalecenia zmierzające do eliminowania kwestii spornych, na które wskazywali konsumenci w składanych skargach. Wykonywanie przez Komitet konkretnych zadań odbywało się przy współudziale zaproszonych ekspertów. Komitet nie rozstrzygał sporów, które powstały w związku z wprowadzeniem euro. Skargi pochodzące od obywateli były zbierane i rejestrowane przez odrębny podmiot, a do konsumentów kierowane były porady i informacje dotyczące ochrony ich praw. Informacje udzielane były bezpłatnie.

Indywidualne spory związane z wprowadzeniem euro konsumenci mogli rozstrzygać poza sądem zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa, przede wszystkim ustawy dotyczące mediacji oraz ustawy w sprawie postępowania arbitrażowego. Poza powyższymi sposobami, konsumenci mogli również kierować sprawy sporne do sądów powszechnych. Zgodnie z ustawą o ochronie konsumentów, w rozstrzygnięciu sporów konsumenckich mogły pośredniczyć stowarzyszenia konsumentów.

Ocena działania SIH przez Komisję Europejską

W ocenie Komisji Europejskiej działania SIH w zakresie monitorowania cen na Słowacji były dobrze przygotowane, jednakże plan włączenia organizacji konsumenckich do tego procesu wymagał zmian. Obserwacje poczynione na Cyprze w 2008 r. wykazały, że systematyczne monitorowanie stałego zestawu produktów w określonych punktach sprzedaży nie dało wiarygodnego obrazu sytuacji - podmioty kontrolowane świadome istnienia monitoringu nie dokonywały nadużyć. Ponadto, założono przeprowadzenie kontroli cen w bardzo ograniczonej liczbie punktów. Zdaniem KE, system kar pieniężnych za nadużycia cenowe w związku z wprowadzeniem euro w Słowacji był niewystarczająco zrozumiały²¹¹.

²⁰⁸ Sprawozdanie z wizyty studyjnej przedstawicieli Polski na Słowacji w dniach 25–26 sierpnia 2009r., 9 września 2009 r, str. 13.

²⁰⁹ Sprawozdanie z wizyty studyjnej przedstawicieli Polski na Słowacji w dniach 25–26 sierpnia 2009r., 9 września 2009 r, str.11.

²¹⁰ National Euro Changeover Plan for the Slovak Republic (update April 2008), str. 49.

²¹¹ Ibidem, str. 134.

4.6. Podsumowanie

Zapewnienie sprawnego systemu monitoringu, poprzez regularne i ścisłe kontrole jest wymagane przez zalecenia Komisji Europejskiej. Egzekwowanie ustawowych obowiązków oznacza wypracowanie metodologii monitoringu, w tym przeprowadzania kontroli oraz prowadzenia analiz cenowych. Aby zapobiegać ewentualnemu powstawaniu błędnego postrzegania inflacji w państwach strefy euro publikowane powinny być wnioski z monitoringu oraz informacje na temat zmian cen w okresie wprowadzania euro.

Korzystając z doświadczeń państw, które dotychczas wprowadziły euro, przygotowując regulacje w przedmiotowym zakresie należy rozważyć przyjęcie niżej wskazanych rozwiązań.

Przeprowadzane kontrole oraz analizy cenowe w innych państwach członkowskich dotyczyły głównie tych sektorów, gdzie nieuzasadnione podnoszenie cen związane z zamianą waluty krajowej na euro było najbardziej prawdopodobne. Jednocześnie, w krajach przyjmujących euro, w ramach analiz cenowych, śledzone zmiany cen porównywano z długoterminowymi trendami cenowymi oraz cenami tych samych produktów u różnych sprzedawców. Zmiany cen poddawano również analizie w szerszym kontekście (np. zmian cen na rynkach światowych).

Słowacja przekazując informacje na temat doświadczeń związanych z przeprowadzonymi kontrolami, wskazała, iż w głównej mierze koncentrowały się one na małych sprzedawcach detalicznych w małych miejscowościach i wsiach, gdzie konkurencja jest niewielka, bądź nie ma jej wcale oraz gdzie oferta produktów i usług jest ograniczona. Dodatkowo, wskazano, iż skargi napływające od konsumentów w przeważającej mierze dotyczyły: restauracji, parkingów, usług związanych z transportem oraz usług sportowych i rekreacyjnych. Doświadczenia Słowacji w powyższym zakresie należy mieć na uwadze przy formułowaniu planów kontroli w Polsce.

Należy mieć również na uwadze, iż doświadczenia innych państw pokazują, że większość przypadków niewłaściwego zastosowania podwójnej ekspozycji cen, jak i bezzasadnego odnoszenia cen przez przedsiębiorców miała miejsce tuż przed albo bezpośrednio po rozpoczęciu okresu podwójnej ekspozycji cen.²¹²

Natomiast nie wydaje się właściwe przyjęcie rozwiązania jakie funkcjonowało zarówno na Cyprze, jak i na Słowacji, dotyczącego dokonywania kontroli u stale określonych przedsiębiorców w odniesieniu do stałego koszyka produktów. Jak wskazywała na to również Komisja Europejska, nie dało to wiarygodnego obrazu sytuacji, gdyż kontrolowane podmioty będąc świadomymi istnienia monitoringu – nie dokonywały nadużyć. Stąd też, należałoby przyjąć takie rozwiązanie, zgodnie z którym przeprowadzane kontrole będą miały miejsce u różnych przedsiębiorców, a kontrola będzie się odbywała zarówno w odniesieniu do stałego koszyka produktów, jak i innych produktów.

Jak we wszystkich państwach objętych analizą, kontrole powinny być przeprowadzane zarówno z urzędu, jak i w wyniku składanych przez konsumentów skarg dotyczących łamania prawa w zakresie podwójnego podawania cen oraz nieuczciwego ich zawyżania.

²¹² Komisja Europejska (2010): *Tenth Report on the practical preparations for the future enlargement of the euro area*, Komunikacja Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Banku Centralnego oraz Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, COM (2010)398, str.6.

Pozytywnie ocenić należy rozwiązanie przyjęte na Słowacji i Malcie, zgodnie z którym konsumentom udostępniony został numer telefonu oraz adres e-mail, pod które mogły być kierowane wszelkie skargi i informacje dotyczące naruszenia przepisów prawa podczas wprowadzenia euro.

Na Słowacji organem odpowiedzialnym za przeprowadzenie kontroli była Słowacka Inspekcja Handlowa. Z kolei na Cyprze były to powołane specjalnie w tym celu Euro-observatoria. Mając na uwadze fakt, iż w Polsce obecnie funkcjonuje Inspekcja Handlowa, będąca zorganizowaną strukturą i posiadająca doświadczenie w zakresie kontroli ekspozycji cen towarów i usług, zasadnym wydaje się przyjęcie rozwiązania, zgodnie z którym kompetencje w zakresie monitorowania cen powierzone zostałyby właśnie jej. Pomimo, iż Inspekcji Handlowej będą musiały zostać zapewnione odpowiednie środki na ten cel, rozwiązanie to z punktu widzenia konieczności poniesienia nakładów finansowych, wydaje się korzystne i mniej czasochłonne.

Na marginesie zaznaczyć należy, iż obecnie poza zakresem kompetencji Inspekcji Handlowej pozostaje kontrola usług finansowych. W tym przedmiocie konieczne byłoby wypracowanie odpowiedniego rozwiązania, które umożliwiłoby przeprowadzanie kontroli w zakresie podwójnej ekspozycji cen również u podmiotów z sektora finansowego. Mogłoby to mieć miejsce bądź poprzez rozszerzenie kompetencji IH, bądź powierzenie ich innej instytucji.

Pozytywnie należy również ocenić, wprowadzony w Słowenii i związany z inicjatywą PriceWatch (stanowiącą jeden z procesów monitoringu) projekt w postaci publikacji „czarnej listy”. Prekursorem tego rodzaju regulacji była Austria, która wprowadziła możliwość publikacji przez ministra dokonującego kontroli jej wyników w Dzienniku Urzędowym do Wiener Zeitung lub w inny adekwatny sposób. Jednocześnie warto także rozważyć publikację tzw. „białych list”, czyli list z nazwami przedsiębiorców, stanowiących przykład uczciwych praktyk cenowych.

Mając na uwadze treść art. 4 ust. 1 zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 10 stycznia 2008 r. rozważyć należy, w jakim zakresie organizacja konsumenckie zaangażowane zostaną w proces monitoringu. Na Cyprze działania w zakresie systematycznego monitorowania cen podejmowane były we współpracy z ogólnokrajową organizacją konsumencką. Z kolei na Słowacji organizacje konsumenckie zaangażowane zostały w ten proces na zasadzie dobrowolności. Uwzględniając fakt, iż w Polsce monitoring prawdopodobnie powierzony zostanie zorganizowanej i doświadczonej w zakresie kontroli ekspozycji cen strukturze jaką jest Inspekcja Handlowa, najodpowiedniejszym będzie powierzenie organizacjom konsumenckim (w tym rzecznikom konsumentów) roli pośrednika w niezwłocznym przekazywaniu otrzymywanych od konsumentów skarg dotyczących naruszenia przez przedsiębiorców przepisów o podwójnej ekspozycji cen.

Projektując przepisy dotyczące częstotliwości przeprowadzanych kontroli, uwzględnić należy treść art. 4 ust. 2 ww. zalecenia, zgodnie z którym „państwa członkowskie powinny ustanowić ścisły i regularny monitoring cen podczas tygodni następujących po przyjęciu kursu wymiany do końca okresu podwójnego podawania cen. W szczególności należy przekazywać obywatelom cotygodniowe informacje na temat zmian cen w tygodniach bezpośrednio poprzedzających i następujących po przejściu na nową walutę, aby zapobiegać ewentualnemu powstawaniu błędnych wyobrażeń”. Na Cyprze jednym z filarów polityki monitorowania cen była częsta publikacja wskaźników zmian cen przez Urząd Statystyczny oraz regularny monitoring wybranych produktów wrażliwych. Odnosząc powyższe do możliwych do przyjęcia w Polsce rozwiązań, należy stwierdzić, iż wskazane jest przeprowadzanie jak najczęstszych kontroli, uwzględniających jednak możliwości organizacyjne oraz plany w zakresie kontroli, instytucji, którym przeprowadzanie tych kontroli zostanie powierzone. Wyniki z przeprowadzonych kontroli powinny być niezwłocznie podawane do wiadomości opinii publicznej.

Doświadczenia państw przyjmujących euro pokazały, iż regularny monitoring zachowań cenowych przedsiębiorców oraz wypracowana metodologia kontroli i analizowania cen mają podstawowe znaczenie dla usuwania nieprawidłowości oraz zapobiegania błędnemu postrzeganiu inflacji przez konsumentów. Należy zatem dopilnować, aby organy kontroli dysponowały środkami wystarczającymi do kontrolowania oraz wprowadzania w życie zasad zamiany waluty krajowej na euro.

W niniejszym rozdziale nie zostały omówione rozwiązania przyjęte w Niemczech. Dostępne dokumenty, m.in. raport pt.: „Wprowadzenie euro do porządku prawnego i administracji publicznej” opublikowany w dniu 5 lipca 2000 r., stanowiący rodzaj narodowego planu wprowadzenia euro w Niemczech, zagadnienia monitorowania cen nie reguluje. W publikacjach dotyczących ustalania cen w okresie zmiany waluty w Niemczech²¹³ również wskazuje się na brak regulacji w tym zakresie, formułując jednocześnie zalecenia dla kolejnych państw zamierzających przyjąć wspólną walutę dotyczące wprowadzenia odpowiednich instytucji w tym zakresie (*price observatories, hotlines*), co miałyby stworzyć otoczenie prawne niesprzyjające nieuzasadnionemu podnoszeniu cen przez przedsiębiorców w okresie przyjęcia nowej waluty.

Przedmiotowe analizy bazują na dokumentach, jakie państwa, które przyjęły euro zamieściły na swoich stronach internetowych. W związku z powyższym, nie wszystkie zagadnienia, jakie poruszono w ramach niniejszych analiz, mogły zostać opisane w sposób szczegółowy. Stąd też Zespół Roboczy do spraw Ochrony Konsumentów, w odniesieniu do kwestii, które uzna za istotne z punktu widzenia przydatności w procesie projektowania przepisów prawnych czy rozwiązań organizacyjnych rozważy wystąpienie w późniejszym okresie do odpowiednich organów państw członkowskich z prośbą o przekazanie szczegółowych informacji na wybrany temat.

²¹³ T. Eife, Price setting behaviour and price setting regulations at the euro changeover, University of Munich, 2005 r., str. 21.

Bibliografia

Bednarzewski K., Chmielnicki P., Dąbek D., Dobosz P., Kisiel W., Kotulski M., Kryczko P., Mączyński M., Płażek S., Skrzydło-Niżyk I, Komentarz do ustawy o samorządzie powiatowym, Wydawnictwo prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005

Bednarzewski K., Chmielnicki P., Dąbek D., Dobosz P., Kisiel W., Kotulski M., Kryczko P., Płażek S., Skrzydło-Niżyk I., Komentarz do ustawy o samorządzie województwa, Wydawnictwo prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005

Boć J., Prawo administracyjne, Wrocław 1996/1997

Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee, the Committee of the Regions and The European Central Bank. Report on the preparations for the introduction of the euro notes and coins, COM(2001) 190 final

Commission Communication to the European Council. Second report on the preparations for the introduction of euro notes and coins, COM (2001) 561 final

Commission Communication to the European Council. Review of the introduction of euro and coins, COM(2002) 124 final

Ciszak T, Górka A., Jakubiec S., Siemaszko M., Pierwsze doświadczenia Słowenii związane z zamianą tołara na euro, Narodowy Bank Polski, Materiały i Studia, 2008

Cieślak Z., Jasielski J., Lang J., Szubiakowski M., Wierzbowski M., Wiktorowska A., Prawo administracyjne, Wydawnictwo prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2002

Cieślak Z., Lipowicz I., Niewiadomski Z., Prawo administracyjne. Część ogólna, Wydawnictwo Prawnicze PWN, Warszawa 2000

Deloitte, *Review of the Slovenian changeover to the euro, Final Report – August 27, 2007*

Eife T., Price setting behaviour and price setting regulations at the euro changeover, University of Munich, 2005 r.

Eife T., Price Setting Behaviour and Price Setting Regulations at the Euro Changeover, Bank of Estonia Working Paper Series, 2006 r.

Górka A., Lip W., Siemaszko M., Prawne i praktyczne aspekty przygotowań Słowacji do zamiany waluty krajowej na euro [w:] Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej, opracowanie Narodowego Banku Polskiego, Projekty badawcze cz. II

Górka A., Siemaszko M., Szymczyk Ł., Wyganowska H., Doświadczenia Cypru i Malty związane z zamianą walut krajowych na euro [w:] Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej, opracowanie Narodowego Banku Polskiego, Projekty badawcze cz. II

Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Pierwsze sprawozdanie dotyczące praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro, KOM(2004) 748 wersja ostateczna

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

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

Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu 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

Komunikat 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

Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Siódme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro, KOM (2008) 480

Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Ósme sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro. KOM (2008) 843 wersja ostateczna

Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, Komitetu Regionów oraz Europejskiego Banku Centralnego. Dziesiąte sprawozdanie w sprawie praktycznych przygotowań do przyszłego rozszerzenia strefy euro, KOM (2010)398

Kulesza M., Opinia dotycząca charakteru prawnego porozumienia, zwanego pilotażowym, zawartego 25 października 1995 r. pomiędzy Wojewodą Rzeszowskim a Prezydentem Rzeszowa w sprawie przekazania niektórych zadań i kompetencji z zakresu administracji rządowej do wykonania Gminie Rzeszów, <http://sztuki.awardspace.info>

Leoński Z., Zarys prawa administracyjnego. Działalność administracji, Wydawnictwo Prawnicze PWN, Warszawa 2001

Narodowy Bank Polski (2001): *Euro – nowa waluta zjednoczonej Europy*

Narodowy Bank Polski (2003): *Przebieg procesu wprowadzania banknotów i monet euro w państwach Unii Gospodarczej i Walutowej*

Narodowy Bank Polski (2009): *Raport na temat pełnego uczestnictwa Rzeczypospolitej Polskiej w trzecim etapie unii gospodarczej i walutowej*

Niewiadomski Z., Cieślak Z., Lipowicz I., Szpor G., Prawo administracyjne, Wydawnictwo prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005

Oleszko A., Ceny, inflacja a prawo, Wydawnictwa prawnicze, Warszawa 1987 r.

Rozporządzenie Rady (WE) Nr 1103/97 z dnia 17 czerwca 1997 r. w sprawie niektórych przepisów dotyczących wprowadzenia euro, Dz. U. L 162/1997

Rozporządzenie Rady (WE) nr 974/98 z dnia 3 maja 1998 r. w sprawie wprowadzenia euro, Dz. U. L 139/1998

Sprawozdanie z wizyty studyjnej przedstawicieli Polski na Słowacji w dniach 25–26 sierpnia 2009 r., 9 września 2009 r.

Traktat WE (art. 102 a do art. 109 m Traktatu WE; wersja z Maastricht), Dz. U. C 191/1992

Zalecenie Komisji Europejskiej nr 2008/78/WE z dnia 10 stycznia 2008 r. dotyczące środków ułatwiających przyszłe przejście na euro, Dz.U. L 23/30 z 26 stycznia 2008 r.

Zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/286/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie opłat bankowych za konwersję na euro, Dz.U. L 130 z 1 maja 1998 r.

Zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/287/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie podwójnego oznaczania cen i kwot, Dz.U. L 130 z 1 maja 1998 r.

Zalecenie Komisji Europejskiej nr 98/288/WE z dnia 23 kwietnia 1998 r. w sprawie dialogu, monitoringu i informacji w celu ułatwienia przejścia na euro, Dz.U. L 130 z 1 maja 1998 r.

Akty prawne i dokumenty państw członkowskich:

Austria

1. *Euro-Justiz-Begleitgesetz*, BGBl. I Nr. 125/1998

1. *Euro-Finanzbegleitgesetz*, BGBl. I Nr. 126

Euro-Währungsangabengesetz – EWAG, BGBl. I Nr. 10/1999

Euro-Umstellung im öffentlichen Sektor Bundesministerium für Finanzen, Mai 1999

Niemcy

Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung, 4. Bericht des Arbeitsstabes europäische Wirtschafts und Währungsunion des Bundesministeriums der Finanzen und der Bundesministerien vom 5. Juli 2000

Freiwillige Selbstverpflichtung des deutschen Einzelhandels gegenüber den Verbrauchern im Zusammenhang mit der Einführung des Euro, źródło: Die Einführung des Euro in Gesetzgebung und öffentlicher Verwaltung

Słowenia

Act On The Dual Display Of Prices In Tolars And Euros (ZDOCTE), 2005, nr 312-01/05-4/2

Euro Adoption Act Slovenia (ZUE), 2006, nr 450-05/06-7/4

Masterplan For The Euro Changeover, Bank of Slovenia, Government of the Republic of Slovenia

Cypr

Adoption of the Euro Law of 2007, publ. Official Gazette App. I(I) L. 77(I)/2007

Amending Law of the Adoption of the Euro Law of 2007, publ. Official Gazette App. I(I) L. 77(I)/2007, N. 4130, 29.6.2007

Law regulating matters relating to the adoption of the Euro and the smooth changeover from the pound to the Euro, publ. Official Gazette App. I(I), L.33(I)/2007, N.4117, 15.03.2007

National Changeover Plan. From the pound to the euro (revised), August 2007, Minister of Finance, Central Bank of Cyprus

Malta

Adoption Act, Smoothing of Monetary Amounts Regulations, L.N. 369/2007

Dual Display Guidelines (Guideline: NECC/0005/06)

Euro Adoption (Dual Display and Euro Pricing) Regulations, L.N. 4/2007

Fair – pricing Agreements in Retailing (FAIR). Handbook of best practice (NECC/0008/06)

Final Master Plan For The Euro Changeover in Malta, National Euro Changeover Committee (NECC)

Guidelines on the optional display of a price in euro (Guideline:NECC/0001/06)

The Cash Changeover Regulations, 2007, L.N. 441/207

Slowacja

Act on the Introduction of the Euro in the Slovak Republic, Act No. 659/2007

Decree of the Ministry of Economy of the Slovak Republic of 12 March 2008 concerning the details of dual display with regard to consumer protection

Decree of the Ministry of Finance of the Slovak Republic laying down the scope of prices, payments and other amounts subject to dual display with regard to the field of gambling games and methods of their dual display

Decree of the National Bank of Slovakia of 10 June 2008 laying down certain rules for the dual display of certain prices, payments and other amounts applicable to the financial market and services of financial institutions in the area of banking, capital market, insurance and pension saving

National Euro Changeover Plan for the Slovak Republic (update April 2008), Ministerstvo Financii Slovenskej Republiky, Narodna Banka Slovenska

Strony internetowe:

http://www.mf.gov.si/angl/euro/Annexes_Final_Report.pdf

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

<http://www.radareklamy.org>

[http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/010F047BDD47CB01C22573770039C7D6/\\$file/EURO-ADOPTION-LAW-ENGLISH.pdf?OpenElement](http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/All/010F047BDD47CB01C22573770039C7D6/$file/EURO-ADOPTION-LAW-ENGLISH.pdf?OpenElement)

<http://www.bsi.si/library/includes/datoteka.asp?DatotekaId=1242>

http://www.euro.cy/euro/euro.nsf/dmlplan1_en/dmlplan1_en?OpenDocument&highlight=plan

http://www.centralbankmalta.org/updates/Downloads/pdfs/final_masterplan_euro_changeover_m.pdf

http://www.nbs.sk/img/Documents/PUBLIK_NBS_EURO/NP_AJ_APRIL2008.pdf

Załącznik

<p>"Joint statement by representatives of consumers and representatives of traders and SMEs", 2 April 2001 <i>Good practice to promote consumers' familiarity with the euro and to facilitate the introduction of euro coins and banknotes in 2002</i>²¹⁴</p> <p>The introduction of coins and banknotes denominated in euros from 1 January 2002 will require considerable adaptation by both traders and consumers. Both groups will be faced with the practical aspects of this operation in the early days of 2002. The change-over should be carried out in the best possible conditions. It is therefore necessary to foster a relationship of trust between traders and consumers that will make it easier for consumers to come to grips with the euro, by providing them with information and encouraging them to use the euro. This was the objective of the European agreement signed in Brussels on 30 June 1998 between representatives of consumers and representatives of the distributive trades, the tourist industry, craft industries and SMEs (Eurologo agreement).</p> <p>This agreement, which was subsequently relayed to national level in most euro-zone countries, defines a series of voluntary commitments on the practices of traders regarding the euro (conversion rules, dual pricing, training, customer information, acceptance of payments in euros, etc.) that still apply. As originally planned, the signatories to the Agreement met on 22 February and 22 March 2001 to examine:</p> <ul style="list-style-type: none"> – the implementation of the commitments made by professional associations, – the extent and details of dual pricing and of payments in euros, – the level of readiness and the fears of consumers, – and, finally, the impact of the initiatives to promote familiarity with the euro through the 	<p>"Wspólne oświadczenie przedstawicieli konsumentów oraz przedstawicieli przedsiębiorców oraz małych i średnich przedsiębiorstw", 2 kwietnia 2001 r. <i>Dobre praktyki służące promowaniu zdobywania przez konsumentów wiedzy na temat euro oraz ułatwieniu wprowadzenia monet i banknotów euro w 2002 r.</i>²¹⁵</p> <p>Wprowadzenie banknotów i monet w walucie euro począwszy od 1 stycznia 2002 r. będzie wymagało właściwego dostosowania zarówno ze strony przedsiębiorców, jak i konsumentów. Obie grupy będą musiały się zmierzyć z praktycznymi aspektami tej operacji w pierwszych dniach 2002 r. Zamiana waluty powinna być przeprowadzona w możliwie najlepszych warunkach. Konieczne jest zatem wzmacnianie zaufania pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami, tak, aby ułatwić konsumentom zmierzenie się z euro, poprzez dostarczenie im informacji i zachęcanie ich do korzystania z euro. To było celem Europejskiego porozumienia podpisanego w Brukseli w dniu 30 czerwca 1998 r. pomiędzy przedstawicielami konsumentów i przedstawicielami branży dystrybucyjnej, turystycznej, rzemiosła oraz małych i średnich przedsiębiorstw (umowa Eurologo).</p> <p>To porozumienie, przekazane następnie do większości państw strefy euro na poziomie narodowym, określa szereg dobrowolnych zobowiązań w zakresie praktyk przedsiębiorców dotyczących euro (zasad konwersji, podwójnego uwidaczniania cen, szkoleń, informacji dla klientów, akceptacji płatności w euro, itp.), które są nadal stosowane. Jak pierwotnie planowano, sygnatariusze Porozumienia spotkali się 22 lutego i 22 marca 2001 r., aby ocenić:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wdrożenie zobowiązań podjętych przez stowarzyszenia zawodowe, - zakres i szczegóły podwójnego uwidaczniania cen i płatności w euro, - poziom gotowości i obawy konsumentów, - i wreszcie, wpływ inicjatyw promujących wiedzę o euro pośród sprzedawców detalicznych.
--	---

²¹⁴ Źródło: Communication from The Commission to The Council, European Parliament, The Economic And Social Committee, The Committee Of The Regions and The European Central Bank. Report on the preparations for the introduction of euro notes and coins, COM (2001) 190 final

²¹⁵ Tłumaczenie może nie stanowić wiernego odzwierciedlenia tekstu pierwotnego

<p>retail trade.</p> <p>The preparations for the practical matters to be dealt with in the first few weeks of 2002 were also discussed. The situation will be assessed again in July 2001 in order to take stock of the progress made.</p> <p>Following this assessment, the signatories to the agreement came to the conclusions and commitments set out below:</p> <p>The representatives of consumers and of traders note that:</p> <ul style="list-style-type: none"> – although agreements of the "eurologo" type on good practice between consumers and retailers have proved useful as a catalyst for positive measures among traders, they have had a very limited effect overall. The public's level of knowledge of the European agreement and the resulting national agreements is particularly poor and, on the whole, the eurologo is not very widely used. – dual pricing, which is an important way of making consumers more aware of the single currency, reassuring them about price trends and contributing to the creation of new scales of value, is carried out, on average, by 50% of traders in the distribution sector. Dual pricing is not always free of errors; – dual pricing is mainly practised by large-scale distributors, which means that it can be applied to many products. However, small local retailers practise dual pricing less often and so far do not always seem able to meet consumers' expectations in the area of information. Steps should be taken to fill this growing gap between small traders and large-scale distributors, since consumers should be able to trust all traders equally, irrespective of their size, especially since some sections of the population which are more isolated from information flows generally do most of their shopping in small shops; – it is still too rare for businesses providing 	<p>Zostały również omówione kwestie przygotowań do sprostania praktycznym aspektom, jakie pojawiają się w ciągu kilku pierwszych tygodni 2002 r. Sytuacja zostanie oceniona ponownie w lipcu 2001 r. w celu podsumowania poczynionych postępów.</p> <p>Po dokonaniu tej oceny, sygnatariusze tego porozumienia doszli do wniosków i zobowiązań określonych poniżej:</p> <p>Przedstawiciele konsumentów i przedsiębiorców stwierdzają, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mimo tego, że porozumienia takie jak "Eurologo", określające dobre praktyki pomiędzy konsumentami a sprzedawcami detalicznymi okazały się przydatne jako katalizator pozytywnych działań wśród przedsiębiorców, miały one bardzo ograniczony skutek generalny. Ogólny poziom znajomości Porozumienia europejskiego i związanych z nim krajowych porozumień jest szczególnie niski i na ogół porozumienia eurologo nie są bardzo szeroko stosowane. - podwójne uwidacznianie cen, będące ważnym sposobem na podniesienie świadomości konsumentów na temat jednolitej waluty, wzbudzenie ich zaufania do kształtowania cen oraz na stworzenie wyobrażenia nowego poziomu wartości, jest stosowane średnio przez 50% przedsiębiorców w branży dystrybucji. Podwójne uwidacznianie cen nie zawsze jest wolne od błędów; - podwójne uwidacznianie cen jest głównie praktykowane przez dużych przedsiębiorców, co oznacza, że może być stosowane odniesieniu do wielu produktów. Jednak mali, lokalni sprzedawcy detaliczni stosują podwójną ekspozycję cen rzadziej i do tej pory nie zawsze są w stanie sprostać oczekiwaniom konsumentów w zakresie udzielania informacji. Powinny zostać podjęte kroki służące wypełnieniu tej narastającej różnicy pomiędzy małymi a wielkimi przedsiębiorcami, gdyż konsumenci powinni mieć możliwość obdarzenia zaufaniem wszystkich przedsiębiorców jednakowo, bez względu na ich wielkość, szczególnie z uwagi na fakt, że niektóre grupy społeczeństwa będące bardziej odizolowane od przepływu informacji robią zazwyczaj zakupy w małych sklepach; - nadal zbyt rzadko się zdarza, aby usługodawcy publikowali ceny w podwójnej walucie; - większość z kampanii reklamowych, których celem jest trafienie do konsumentów, są zaplanowane jedynie na obecny rok; - brak informacji wśród konsumentów na temat możliwości dokonywania płatności
---	---

personal services to publish prices in both euros and the national currency;

- most of the euro publicity campaigns aimed at consumers are scheduled for this year only
- consumers lack information on the possibilities for paying in scriptural euros, which are restricted by the limited extent to which payment terminals have been adapted in certain countries. Furthermore, consumers particularly fail to see the point of doing so because reference prices are still generally displayed in national currencies, and they do not yet feel that a euro that will not find its way into their pockets until 2002 has anything to do with them. These are some of the reasons why the proportion of payments that individuals make in euros is still very low. Moreover, in the absence of euro accounts, and since cash payments cannot be made in euros for the time being, consumers who want to make scriptural payments in euros have to think sometimes in euros and sometimes in national currencies, depending on the type of transaction concerned, and hence need to keep two value scales in their head at the same time;

- consumers are generally unaware of the arrangements for introducing euro banknotes and coins;

- there is constant concern among consumers that they will be confronted with price increases when the euro is introduced;

- poor preparation for the introduction of the euro by the various economic players and the fears and confusion that may result at the beginning of 2002 could lead some consumers to reduce or defer consumption, which would have a negative impact on certain sectors or activities.

Furthermore, consumers and traders consider it important for the Commission recommendation of 11 October 2000 to be applied. Consequently, representatives of consumers and traders believe that is necessary to do as much as possible to remedy this situation and ensure that the introduction of coins and banknotes takes place in optimum conditions. To this end, they consider it necessary to step up the mobilisation of all potential operators that are in contact with the public, viz. state authorities, the media, banks, the postal authorities, large public utilities, associations of consumers and, in particular, services, retailers and SMEs. This will require the continuation of initiatives that will enable these operators to

bezugotówkowych w euro, które są ograniczone biorąc pod uwagę zakres dostosowania terminali płatniczych w niektórych krajach. Oprócz tego, konsumenci szczególnie stracili sens takiego działania, gdyż ceny referencyjne są nadal oznaczane głównie w walutach narodowych, a to sprawia, że nie czują oni jeszcze, że euro, nieobecne fizycznie w ich portfelach do 2002 r., ma cokolwiek z nimi wspólnego. Są to niektóre powody, dla których liczba płatności dokonywanych przez konsumentów w walucie euro jest nadal bardzo niska. Ponadto, przy braku kont bankowych w euro oraz przy braku możliwości dokonywania obecnie płatności gotówkowych w euro, konsumenci, którzy chcą dokonać płatności bezgotówkowej w euro, muszą czasem dokonywać rozliczeń w euro, a czasem w walutach narodowych, w zależności od typu transakcji, w związku z tym muszą mieć świadomość dwóch poziomów wartości jednocześnie;

- konsumenci są z reguły nieświadomi zasad wprowadzania banknotów i monet euro;

- istnieje ciągle obawa wśród konsumentów, że dojdzie do wzrostów cen wraz z wprowadzeniem euro;

- słabe przygotowanie do wprowadzenia euro przez znaczących graczy ekonomicznych oraz strach i obawy, które mogą doprowadzić na początku 2002 r. do zmniejszenia lub opóźnienia konsumpcji wśród niektórych konsumentów, mogą mieć negatywny wpływ na określone sektory lub działalności.

Ponadto, konsumenci i przedsiębiorcy uważają za istotne wdrożenie zaleceń Komisji z 11 października 2000 r. W konsekwencji, reprezentanci konsumentów i przedsiębiorców uznają za niezbędne uczynienie wszystkiego co możliwe, aby naprawić tę sytuację oraz zapewnić, że wprowadzenie monet i banknotów będzie przebiegało w optymalnych warunkach. W tym celu, uważają za konieczne zwiększenie mobilizacji wszystkich potencjalnych podmiotów będących w kontakcie ze społeczeństwem, mianowicie: władz narodowych, mediów, banków, urzędów pocztowych, dużych przedsiębiorstw użyteczności publicznej, organizacji konsumenckich oraz szczególnie usługodawców, sprzedawców oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Będzie to wymagało kontynuacji inicjatyw, które umożliwią

facilitate the introduction of the euro in cash form in 2002 and help familiarize consumers with the euro and boost their confidence in it.

To this end, representatives of consumers and traders agreed to introduce and promote the following actions:

Commitments by retailers

– Retailers renew their commitment of 30 June 1998 to display prices in both euros and national currencies for most of the products and services on the market.

– Retailers that start practising the dual display of prices during 2001 commit themselves to do so by applying reverse dual display (euro price highlighted by using bigger characters and/or any other appropriate means, particularly the order in which the prices are shown).

– Between September and the beginning of December 2001, the policy of fixing prices in euros should become the rule, at a suitable rate of introduction and according to the needs of each sector. Reverse dual display of prices will then have to be applied.

– Dual pricing must comply with existing rules regarding conversion and rounding. In order to make it easier for consumers to adapt to the euro, retailers will provide their customers, at least until the end of June 2002, with simple tools for comparing prices and checking that the conversion rules have been observed.

– Retailers will continue dual pricing until at least the end of the period of dual circulation, in order to help consumers to understand the prices. For catalogues which show prices in euros and which may need to be pre-printed before 1 January 2002, retailers are not obliged to use dual pricing, provided that replacement information is provided (for example, conversion tables for the proposed prices which would feature at the end of catalogues, or any other measures to ensure

tym podmiotom ułatwienie wprowadzenie euro w formie gotówkowej w 2002 r. oraz pomoga konsumentom zapoznać się z euro oraz zwiększyć zaufanie do tej waluty.

W tym celu, reprezentanci konsumentów i przedsiębiorców zgodzili się wprowadzić i promować następujące działania:

Zobowiązania sprzedawców

- Sprzedawcy odnawiają swoje zobowiązania podjęte 30 czerwca 1998 r. do uwidaczniania cen zarówno w euro, jak i w walucie narodowej w odniesieniu do większości produktów i usług na rynku;

- Sprzedawcy, którzy rozpoczęli stosowanie podwójnej ekspozycji cen w 2001 r. zobowiązują się do odwrócenia eksponowanych cen (cena w euro bardziej uwidoczniiona poprzez użycie większej czcionki lub/oraz zastosowanie innych właściwych środków, w szczególności kolejności uwidaczniania cen).

- W czasie od września do początku grudnia 2001 r. polityka ustalania cen w euro powinna stawać się regułą na odpowiednim etapie wprowadzania euro oraz biorąc pod uwagę potrzeby każdego sektora. Odwrócona podwójna ekspozycja cen będzie wówczas musiała być stosowana.

- Podwójne uwidacznianie cen powinno być zgodne z obowiązującymi zasadami konwersji oraz zaokrąglania cen. W celu ułatwienia konsumentom przystosowania się (przyzwyczajania się) do euro, sprzedawcy przynajmniej do końca czerwca 2002 r. będą zaopatrywać swoich klientów w proste narzędzia służące porównywaniu cen oraz sprawdzaniu, czy reguły zamiany walut są odpowiednio stosowane.

- Sprzedawcy będą kontynuować podwójną ekspozycję cen przynajmniej do końca okresu podwójnego obiegu walut, aby pomóc konsumentom w przeliczaniu cen. W katalogach, zawierających oznaczenie cen w euro, a które musiałyby zostać przedrukowane przed 1 stycznia 2002 r., sprzedawcy nie są zobowiązani do podwójnego uwidaczniania cen pod warunkiem, że znajdują się tam informacje zastępcze (na przykład tabele konwersji na proponowane ceny, które pojawiają się na końcu katalogu lub jakkolwiek inny sposób gwarantujący zrozumienie i transparentność).

- Sprzedawcy zobowiązują się do niewykorzystywania zamiany waluty

understanding and transparency).

– Retailers undertake not to use the change-over to the euro to apply hidden price rises. They undertake to do their utmost to ensure the overall stability of their prices when converting them into euros and to publicise these commitments using appropriate communication tools. In order to reflect this commitment and to get the message across to consumers, they will use the European slogan "new currency, stable prices" as much as possible in all appropriate contexts.

– Retailers are to indicate clearly, now, how payments can be made in euros and which currency has been used in calculations.

Small retailers must have the support of the state authorities, trade associations and chambers of trades and commerce to enable them to adapt at the same rate as large businesses, to provide consumers with the same level of information and to observe the commitments set out above.

The signatory organisations will endeavour to encourage consumers to:

– already make use of the possibilities of making payments in euros and pay attention to prices marked in euros, in order to form a value scale in the new currency;

– take note of the arrangements for the introduction of euro banknotes and coins;

– ask their retailers how they will organise their changeover to the euro, in order to ensure that the changeover takes place in an atmosphere of confidence;

– carry out as many banking operations as possible in euros from the beginning of 2002, in order to make the introduction of euro banknotes and coins easier for traders and to limit the difficulties for consumers arising from the need to use two currencies at the same time and as far as possible:

do ukrytych podwyżek cen. Zobowiązują się do uczynienia wszystkiego, co w ich mocy, aby zapewnić całkowitą stabilność cen w czasie zamiany waluty na euro oraz do rozpowszechnienia podjętych zobowiązań przy użyciu właściwych narzędzi komunikacji. Odzwierciedleniem tych zobowiązań będzie hasło „nowa waluta, stabilne ceny”, które będzie używane tak często jak to tylko możliwe oraz we wszystkich możliwych kontekstach, aby informacja dotarła do jak największej liczby konsumentów.

- Sprzedawcy zobowiązują się do wyraźnego wskazywania obecnie, w jaki sposób płatności mogą być dokonane w euro oraz jaka waluta została użyta w kalkulacji.

Mali sprzedawcy muszą mieć wsparcie władz krajowych, organizacji przedsiębiorców i izb przedsiębiorców i izb handlowych umożliwiające im przystosowanie się na takim samym poziomie, jak duże przedsiębiorstwa oraz udzielanie konsumentom informacji i przestrzeganie zobowiązań wymienionych powyżej.

Organizacje – sygnatariusze będą podejmować próbę do zachęcenia konsumentów aby:

- wykorzystywali istniejącą obecnie możliwość dokonywania płatności w euro oraz zwracali uwagę na ceny wyrażone w euro, w celu wykształcenia skali wartości w nowej walucie;

- zwrócili uwagę na przygotowania do wprowadzenia banknotów i monet euro;

- pytali swoich sprzedawców w jaki sposób zorganizują zamianę waluty w swoim przedsiębiorstwie, aby się upewnić, że wprowadzenie euro przebiega w atmosferze zaufania;

- wykonywali tak wiele operacji bankowych, jak to tylko możliwe począwszy od 2002 r., aby ułatwić przedsiębiorcom wprowadzenie banknotów i monet euro oraz ograniczyć trudności występujące wśród konsumentów, wynikające z potrzeby posługiwania się dwiema walutami w tym samym czasie oraz w miarę możliwości:

- nie tworzyli rezerwy pieniężnej (w jednostkach walut narodowych) podczas ostatnich kilku dni grudnia 2001 r.;

- uzyskali zestawy startowe w euro, które będą dostępne w grudniu 2001 r. oraz posługiwali się nimi od pierwszych dni stycznia;

- uzyskali wystarczająco banknotów i monet w euro

<ul style="list-style-type: none"> – not build up reserves of money (in national currency units) during the last few days of December 2001; – obtain euro coins kits that will be available during December 2001 and use them from the first few days of January; – obtain enough notes and coins in euros (small denominations, if possible) from cash dispensers and counters in banks; – go mainly to their banks or to another financial institution to exchange cash. – avoid using euros and former monetary units to make one payment. <p>Consumer associations undertake to:</p> <ul style="list-style-type: none"> – use all means at their disposal to raise the public's awareness of questions concerning the euro, in particular the above recommendations; – contribute to the efforts of the other parties in order to increase the public's awareness of the Eurologo agreement (in the Member States of the euro zone where it is used) and the existence and role of euro observatories; – continue and develop training for consumers, particularly those who do not have easy access to information; – cooperate with retailers and professional associations and federations to implement the above commitments. <p>In addition to the efforts made by the signatories, in order to ensure a smooth changeover to the euro it is also necessary to strengthen the measures carried out by the state authorities, in particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> – immediate re-launch of communication campaigns on the eurologo (or similar agreements) and on the monitoring bodies, among both consumers and businesses; – strengthening of the role of these observatories 	<p>(jeśli to możliwe, małe wartości nominalne) z bankomatów kas banków;</p> <ul style="list-style-type: none"> - korzystali głównie z pośrednictwa banków lub innych instytucji finansowych w celu wymiany gotówki. - unikali dokonywania połączonych pojedynczych płatności w euro oraz byłych walutach narodowych. <p>Organizacje konsumenckie zobowiązują się do:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykorzystywania wszystkich dostępnych środków, aby zwiększyć świadomość w kwestiach dotyczących euro, w szczególności w zakresie powyższych zobowiązań; - wspierania wysiłków pozostałych partnerów (sygnatariuszy porozumienia), aby zwiększyć świadomość społeczną na temat porozumienia Eurologo (w państwach członkowskich strefy euro, w których jest ono stosowane) jak również przekazania informacji na temat istnienia i roli, jakie pełnią euroobserwatoria; - kontynuowania i rozwijania szkoleń dla konsumentów, szczególnie dla tych, którzy nie mają łatwego dostępu do informacji; - współpracowania ze sprzedawcami, organizacjami zawodowymi oraz federacjami, aby powyższe zobowiązania zostały wdrożone. <p>Niezależnie od wysiłków podejmowanych przez sygnatariuszy niniejszego porozumienia, aby zapewnić niezakłócone przejście na euro, konieczne jest również wzmocnienie środków podejmowanych przez władze narodowe, w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> - natychmiastowe zaangażowanie się w kampanie informacyjne na temat Eurologo (lub innych podobnych porozumień) oraz w organy kontroli, powołane spośród organizacji konsumenckich oraz organizacji przedsiębiorców; - wzmocnienie roli tych obserwatoriów lub innych organów kontrolnych oraz środków dla nich dostępnych; - zwiększenie wysiłków w celu jak najszybszego i systematycznego zapoznania społeczeństwa z głównymi regułami wprowadzenia banknotów i monet euro, zasad konwersji i zaokrąglania cen, możliwości dokonywania płatności w euro oraz na temat zobowiązań wymienionych powyżej; - wprowadzenie inicjatyw, mających na celu pomyślną zamianę waluty z punktu widzenia sprzedawców oraz zapewnienie narzędzi
---	---

<p>or other monitoring bodies and the resources made available to them;</p> <p>– greater efforts to familiarise the public, as soon as possible and repeatedly, with the main rules regarding the introduction of euro banknotes and coins, the rules on conversion and rounding, the possibilities for paying in euros and the commitments outlined above;</p> <p>– introduction of initiatives aimed at a successful changeover for retailers, and provision of tools for the conversion and simulation of cash holdings that are suited to their sector and operating methods;</p> <p>– introduction of official, weekly statistical monitoring of price developments at the beginning of 2002, and communication of the results to consumers;</p> <p>– application by the state authorities, as well, of the rules of good practice, as defined above by the signatories. In particular that: invoices from public companies, public contracts, civil servants' salaries, tax documents, etc. should also be made out in euros as soon as possible; training tools should be made available to interested parties (private individuals, associations, companies) in sufficient numbers and within reasonable periods of time."</p> <p>Signed - 2 April 2001</p>	<p>do przeliczania cen oraz dokonania symulacji zasobów gotówki właściwych ze względu na branżę oraz metody działalności,</p> <p>- wprowadzenie oficjalnego, tygodniowego statystycznego monitoringu wzrostu cen na początku 2002 r. oraz przedstawianie jego wyników konsumentom;</p> <p>- stosowanie dobrych praktyk wymienionych w niniejszym dokumencie również przez władze krajowe. W szczególności w: fakturach wystawianych przez przedsiębiorstwa państwowe, publicznych kontraktach, wynagrodzeniach dla urzędników, dokumentach podatkowych, i innych, powinna jak najszybciej pojawić się waluta euro; narzędzia szkoleniowe powinny zostać udostępnione dla podmiotów zainteresowanych (osoby fizyczne, stowarzyszenia, przedsiębiorcy) w wystarczającej liczbie oraz w odpowiednich odstępach czasu."</p> <p>Podpisano 2 kwietnia 2001 r.</p>
--	--

Sygnatariusze:

- EuroCommerce
- UEAPME
- ECTAA (Group of National Travel Agents' and Tour Operators' Associations within the EU)
- Hotrec (Hotels, Restaurants and Cafés in Europe)
- EUROPIA

- IEIC (European Inter-regional Institute of Consumer Affairs)
- AEC (Association of European Consumers)
- COFACE (Confederation of Family Organisations in the European Community)
- Inclusion Europe (The Association of persons with Intellectual disabilities and their families)
- VKI (Austrian Consumer Association)
- ANCC/COOP (National Association of Consumer co-operatives, Italia)