



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 31 grudnia 2025 r.

DOZIK-3.610.2.2023.AG

wersja jawna

(tajemnice przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono [xxx])

Decyzja nr DOZIK 10/2025

I.

1. Na podstawie art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) polegające na nieinformowaniu o najniższej cenie towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na karcie towaru lub stronie marki, w przypadku informowania o obniżce przez przekreślenie cen lub wskazanie procentowej wysokości obniżki, co narusza art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2023 r. poz. 168) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.),

i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

2. Na podstawie art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) polegające na wprowadzaniu w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w serwisie Zalando.pl przez:

- a) stosowanie w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), kryterium filtrowania „okazje” lub filtrowania z ustawieniem progów wskazujących na wysokość obniżki, które to narzędzia prezentują korzyści jedynie względem ceny „początkowej” niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki;
- b) posługiwanie się w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki, sformułowaniem „okazja”, które uwzględnia korzyści jedynie względem ceny „początkowej” niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w przypadku gdy najniższa cena towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, nie jest wyższa od ceny zakupu;
- c) prezentowanie w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki, wysokości obniżki, która prezentuje korzyści jedynie względem „ceny początkowej” niebędącej najniższą ceną towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.),

i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

II.

Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów stwierdzonych w pkt I.1. i I.2. rozstrzygnięcia decyzji w postaci:

publikacji w serwisie Zalando.pl, tj. na stronie internetowej (na dzień wydania decyzji mieszczącej się pod adresem www.zalando.pl) oraz w aplikacji (na dzień wydania decyzji pod nazwą Zalando - moda online lub Zalando - zakupy online), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK, komunikatu o następującej treści (dalej jako „Komunikat”):

„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK 10/2025 dotycząca nieprawidłowego prezentowania cen w ramach obniżki w serwisie Zalando.pl oraz internetowej reklamie zewnętrznej. Dowiedz się więcej”,

odsyłającego po kliknięciu w link „Dowiedz się więcej” do podstrony zawierającej informację o treści (dalej jako: „Oświadczenie”):

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr DOZIK 10/2025 uznał, że Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) nie w każdym przypadku obniżki podawało najniższą cenę w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Tymczasem taki obowiązek wynika z przepisów prawa. Prezes UOKiK uznał również, że Zalando wprowadzało konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej, przedstawiając w serwisie Zalando.pl i w reklamie internetowej korzyści z oferty względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej).

Pełna treść decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 10/2025 dostępna jest na www.uokik.gov.pl.” [link do decyzji w wersji jawnej]

w następujący sposób:

- a) Komunikat będzie zamieszczony w górnej części strony głównej serwisu Zalando.pl, tj. na stronie internetowej oraz w aplikacji, pod belką nawigacyjną, bez możliwości zamknięcia, tak aby widoczna była cała treść Komunikatu;
- b) Oświadczenie i Komunikat zostaną sformułowane czarną czcionką, wielkości standardowo używanej przez Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) w ramach aplikacji i strony internetowej, na podstronie internetowej w domenie: www.zalando.pl i każdej domenie przedsiębiorcy zastępującej ww. domenę w przyszłości. Oświadczenie i Komunikat będą widoczne od razu po wejściu na stronę internetową lub do aplikacji i przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie (Oświadczenie i Komunikat nie mogą przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera);
- c) w przypadku zmiany adresu internetowego lub aplikacji, pod jakimi dostępny jest serwis Zalando.pl, Komunikat i Oświadczenie zostaną zamieszczone na każdej innej stronie internetowej lub w każdej innej aplikacji zastępujących serwis Zalando.pl;
- d) w przypadku zmiany nazwy Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy), jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja Oświadczenia i Komunikatu zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Zalando SE lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazwy poprzedniej i nowej;
- e) Oświadczenie i Komunikat będą dostępne przez okres **3 miesięcy** od daty ich publikacji.

III.

Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów stwierdzonych w pkt I.1. i I.2. rozstrzygnięcia decyzji w postaci zamieszczenia na koncie prowadzonym przez Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) na portalu społecznościowym Facebook (na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą Zalando - <https://www.facebook.com/Zalando>) oraz na portalu społecznościowym Instagram: www.instagram.com (na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą

(@zalando - <https://www.instagram.com/zalando/>) Oświadczenia o następującej treści (dalej jako: „Oświadczenie w social mediach”):

„DECYZJA PREZESA UOKiK

OŚWIADCZENIE

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr DOZIK 10/2025 uznał, że Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) nie w każdym przypadku obniżki podawało najniższą cenę w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Tymczasem taki obowiązek wynika z przepisów prawa. Prezes UOKiK uznał również, że Zalando wprowadzało konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej, przedstawiając w serwisie Zalando.pl i w reklamie internetowej korzyści z oferty względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej).

Pełna treść decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 10/2025 dostępna jest na www.uokik.gov.pl.”
[link do decyzji w wersji jawnej]

w ten sposób, że ww. Oświadczenie w social mediach powinno zostać opublikowane w formacie posta (dalej także jako: „Post”) widocznego w zakładce profilu „posty” oraz powinno być:

- a) zamieszczone jako opis do Posta (tzw. podpis) zawierającego jednocześnie grafikę o wymiarach zalecanych aktualnie przez platformę - na dzień wydania decyzji: 1080 × 1350 pikseli - o treści: „Decyzja Prezesa UOKiK Oświadczenie” pisanej czarnymi literami na białym tle, czcionką nie mniejszą niż 55 punktów, jak poniżej:

DECYZJA PREZESA UOKiK

Oświadczenie

- b) ww. grafika stanowić będzie zarazem okładkę Posta,
- c) Post powinien być zamieszczony z wykorzystaniem funkcjonalności przypięcia w górnej części profilu Przedsiębiorcy w serwisie Instagram oraz Facebook,
- d) funkcjonalność dodawania komentarzy do Posta nie może zostać wyłączone,
- e) Oświadczenie w social mediach powinno być napisane standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym,

- f) fragment Oświadczenia w social mediach: „www.uokik.gov.pl” będzie stanowić hipertączę prowadzące do komunikatu prasowego Prezesa UOKiK w domenie www.uokik.gov.pl dotyczącego wydania niniejszej decyzji, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hipertączę, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku,
- g) bezpośrednio po fragmencie Oświadczenia w social mediach, o którym mowa w pkt III.f - w nowym akapicie - zostaną dodane znaczniki internetowe w formie poniższych hashtagów: #UOKIK, #[hashtag przedsiębiorcy] oraz #30dni.

Dodatkowo Oświadczenie w social mediach zostanie opublikowane także w biogramie użytkownika w formie linka, który odsyłać będzie do Posta, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i będzie utrzymywane przez okres 3 miesięcy od daty jego opublikowania.

Jednocześnie Oświadczenie w social mediach zostanie opublikowane w formacie relacji (tzw. stories), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, przy uwzględnieniu poniższych wymogów:

- h) publikacja ww. relacji nastąpi poprzez udostępnienie Posta, z zachowaniem jego standardowej wielkości oraz białego tła Oświadczenia w social mediach,
- i) publikacja ww. relacji będzie ponawiana kolejne 3 razy co 7 dni,
- j) Oświadczenie w social mediach w formacie relacji powinno być wyświetlane na co najmniej 3 kolejnych częściach (tzw. kafelkach), łącznie przez minimum 45 sekund,
- k) fragment Oświadczenia w social mediach w formacie relacji: „www.uokik.gov.pl” będzie stanowić hipertączę prowadzące do komunikatu prasowego Prezesa UOKiK w domenie „www.uokik.gov.pl” dotyczącego wydania niniejszej decyzji, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hipertączę, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku,

Publikacja Oświadczenia w social mediach formacie Posta, relacji oraz linka zawartego w biogramie profilu Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) nastąpi w terminie publikacji Komunikatu, o którym mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji i będzie utrzymywana przez czas jego publikacji.

- l) w dzień roboczy w godzinach pomiędzy godziną 9:00 a 12:00 czasu polskiego (czas środkowoeuropejski CET),
- m) w przypadku zmiany nazwy Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy), jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) lub następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej i nowej nazwy,
- n) w przypadku zmiany profilu Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) w serwisie Instagram lub Facebook niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do profili Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) funkcjonujących w czasie zamieszczenia przedmiotowego Posta.

IV.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** nakłada na Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy):

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną w wysokości 15 143 000 zł** (słownie: piętnaście milionów sto czterdzieści trzy tysiące złotych), płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną w wysokości 15 802 000 zł** (słownie: piętnaście milionów osiemset dwa tysiące złotych), płatną do budżetu państwa.

V.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 572) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża **Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy)** kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie **246,00 zł** (słownie: dwieście czterdzieści sześć złotych) oraz zobowiązuje **Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy)** do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się decyzji.

UZASADNIENIE

- [1] Przedmiotowa decyzja dotyczy sposobu informowania o obniżkach cen w serwisie Zalando.pl. Serwis Zalando.pl jest dostępny z poziomu strony internetowej www.zalando.pl (w wersji przeglądarkowej dla komputera, dalej również jako wersja desktop¹, i w wersji mobilnej²) oraz aplikacji³ „Zalando - moda online” w przypadku aplikacji pobieranych dla urządzeń z systemem operacyjnym Android lub „Zalando - zakupy online” w przypadku aplikacji pobieranych dla urządzeń z systemem operacyjnym iOS (łącznie jako: „Zalando.pl”, „Serwis”, „serwis Zalando.pl”). Nieprawidłowości te mają miejsce na różnych etapach ścieżki zakupowej klienta (na etapie wyboru towaru⁴, tzw. listingu, na karcie towaru, w koszyku, podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na karcie towaru lub stronie marki) oraz w reklamie internetowej. Pierwsza ze stwierdzonych praktyk dotyczy nieinformowania o najniższej cenie z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki w przypadku informowania o obniżce, pomimo istnienia ustawowego obowiązku podawania takiej informacji (praktyka I.1). W toku postępowania Spółka rozpoczęła wyświetlanie ww.

¹ Tj. wersji dostępnej z poziomu przeglądarki pod adresem: www.zalando.pl, uruchamianej na komputerze stacjonarnym lub laptopie, zoptymalizowanej do wyświetlania na większym ekranie.

² Tj. wersji dostępnej z poziomu przeglądarki pod adresem: www.zalando.pl, uruchamianej na urządzeniu mobilnym, np. tablecie lub telefonie komórkowym, zoptymalizowanej do wyświetlania na mniejszym ekranie.

³ Tj. oprogramowanie zainstalowane bezpośrednio na urządzeniu mobilnym (np. tablet, telefon komórkowy).

⁴ W niniejszej decyzji zamiennie stosowane są pojęcia „produkt” oraz „towar”.

informacji, jednak w licznych przypadkach podawana jest ona nieprawidłowo. Szczegółowe uzasadnienie dla tej praktyki przedstawiono w nb. 107-130, a także 212-254 .

[2] Druga praktyka dotyczy równoległego stosowania w Serwisie lub reklamie internetowej komunikatów, oznaczeń lub funkcji wskazujących na korzyści cenowe płynące z zakupu w Serwisie. W rzeczywistości korzyści te są jednak nieistniejące lub mniejsze niż sugerowane. Działania te obejmują mechanizmy filtrowania, wykorzystywanie etykiety „Okazja”, prezentowanie „obniżki” skalkulowanej względem ceny początkowej (obecnie: regularnej). Zabiegi te umożliwiają przedstawianie podwyżek cen jako obniżek i prowadzą do wprowadzania konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej (praktyka I.2). Szczegółowe uzasadnienie dla tej praktyki przedstawiono w nb. 141-175, a także 255-325.

[3] Pismem z dnia 13 stycznia 2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako: „Prezes Urzędu”) skierował do Spółki wystąpienie, o którym mowa w art. 49a ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2024 r. poz. 1616 ze zm., dalej: „uokik”), w ramach którego wskazał na nieprawidłowości w zakresie prezentowania przez Zalando SE z siedzibą w Berlinie (dalej również jako: „Spółka”, „Zalando”, „Przedsiębiorca”) informacji o cenach w trakcie obniżek. Obowiązek uwidaczniania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką i obliczania względem tej ceny wielkości obniżki został wprowadzony od 1 stycznia 2023 r. znowelizowaną ustawą o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2023 r. Poz. 168, dalej jako: „uictu”). W ww. wystąpieniu Prezes Urzędu zwrócił Spółce uwagę na konieczność dostosowania w tym zakresie swojej praktyki.

Dowód: wystąpienie Prezesa Urzędu z 13 stycznia 2023 r., karta nr 1-2

[4] W odpowiedzi z dnia 2 lutego 2023 r. Spółka wskazała, że nie zgadza się, że sposób prezentacji cen jest niezgodny z przepisami, wskazując dodatkowo, że *zakwestionowane wyświetlanie ceny nie jest zapowiedzią obniżki, a jedynie porównaniem z innymi cenami dla lepszej orientacji klienta*. 24 lutego 2023 r. Zalando poinformowała, że zdecydowała się na *wprowadzenie pewnych zmian w informacjach o cenach*.

[5] Zmiany deklarowane przez Spółkę nie zapewniały jednak czytelnego sposobu przedstawiania informacji o cenach na obniżkach, w tym o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką, oraz nie zostały w sposób konsekwentny wprowadzone (por. zrzuty ekranu nr 63-64). Zalando przewidywała również sytuacje, w których najniższa cena z 30 dni przed obniżką miała nie być wyświetlana pomimo prezentowania informacji o obniżce (w sytuacji gdy cena początkowa i najniższa cena z 30 dni przed obniżką będą w tej samej wysokości). Zmiany miały zaś polegać na dodaniu „ikony informacyjnej” wskazującej w osobnym oknie na „ostatnią najniższą cenę”.

Dowód: odpowiedź na wystąpienie Prezesa Urzędu z 2 lutego 2023 r., karta nr 4-18, pismo Zalando z 24 lutego 2023 r., karta nr 22-24

[6] Postanowieniem z dnia 22 czerwca 2023 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Zalando praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I niniejszej Decyzji.

Dowód: postanowienie Prezesa Urzędu z 22 czerwca 2023 r., karta nr 43-84, zawiadomienie Prezesa Urzędu z 22 czerwca 2023 r., karta nr 85-87

Zalando zasługuje na uznanie za pionierską postawę, a nie na karę za drobne uchybienia formalne.

Przedsiębiorca stoi również na stanowisku, że:

W niniejszej sprawie możemy mieć do czynienia tylko z naruszeniem czysto formalnym, bez materialnego skutku. Konsument (w sensie zbiorowości): (i) nie zapłacił wyższej ceny niż ta ostatecznie prezentowana (ii) nie poniósł żadnej szkody majątkowej; (iii) miał pełną możliwość weryfikacji informacji przed zakupem; (iv) otrzymał dokładnie to za co zapłacił.

- [11] W kontekście powyższych twierdzeń należy wskazać, iż Prezes Urzędu od wejścia w życie nowelizacji ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, tj. od stycznia 2023 r. korespondował z przedsiębiorcami, w tym ze Spółką, wskazując na nieprawidłowości w mechanizmach informowania o obniżkach, a także opublikował wyjaśnienia przedstawiające praktyczne przykłady prawidłowego informowania o obniżce⁵. Również w toku tego postępowania Prezes Urzędu wielokrotnie wskazywał Spółce na nieprawidłowości w Serwisie, występujące do dnia wydania decyzji. Uchybień, na które zwracano uwagę, nie sposób ponadto uznać za „drobne” lub „formalne”. Dotyczyły one zasadniczych funkcji serwisu Zalado.pl lub treści w nim widocznych w kontekście informowania o obniżkach cen. Z uwagi na to, nie sposób uznać, aby postawa Zalando nastawiona była na „kreowanie standardów zgodności”.
- [12] Nowelizacja ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, wprowadzająca wymóg podawania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką i obliczania wielkości obniżki od tego punktu odniesienia, zmierzała do wyeliminowania zjawiska fałszywych obniżek, tj. m.in. praktyk podnoszenia ceny tuż przed planowaną obniżką, by wydawała się ona atrakcyjniejsza. Interesy konsumentów naruszane w wyniku fałszywych obniżek nie są związane z tym, że płacą inną cenę niż widzą w danym sklepie lub na platformie, lecz z tym, że decydują się na zakup, sądząc, że cena ta jest atrakcyjna. Tymczasem minimalnym punktem odniesienia potrzebnym do oceny atrakcyjności obniżki jest najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Nie sposób zatem zgodzić się z Zalando, że brak rzetelnego podania ww. ceny lub nieprawidłowe określenie wielkości obniżki skutkuje tylko „naruszeniem formalnym, bez materialnego skutku”.

Dowód: pismo Prezesa Urzędu z 2 listopada 2025 r., karta nr 2853-2854, Pismo Spółki z dnia 17 grudnia 2025 r., karta 2873-3111

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny

- [13] Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) jest europejską spółką akcyjną, prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru handlowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Charlottenburgu (Niemcy) pod numerem HRB 158855. Zgodnie z tym wpisem przedmiotem działalności gospodarczej prowadzonej przez Spółkę jest opracowywanie, wprowadzanie na rynek i świadczenie usług internetowych (handel elektroniczny towarami różnego rodzaju, w szczególności odzieżą i obuwaniem).

⁵ Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienie Prezesa UOKiK (https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551, wyjaśnienia opublikowano 8 maja 2023 r.).

Dowód: pismo Spółki z dnia 11 lipca 2023 r. wraz z załącznikiem - tłumaczeniem przysięgłym dokumentu - Wydruk z rejestru handlowego B, Odczyt 07.07.2023 r., godz. 14:47, karta nr 101-164

Serwis Zalando.pl

- [14] Serwis Zalando.pl jest internetową platformą handlową umożliwiającą konsumentom zakup produktów na odległość. Serwis obsługuje polski rynek i oferuje produkty dla kobiet, mężczyzn oraz dzieci i jest dostępny w wersji desktopowej, mobilnej i w aplikacji. Polskojęzyczną⁶ aplikację Zalando („Zalando - moda online” lub „Zalando - zakupy online”) na Android i iOS można pobrać w sklepie Google Play i App Store, do których odesłania znajdują się na stronie www.zalando.pl.
- [15] W Serwisie konsumenci mogą kupować nowe produkty od Spółki i od podmiotów trzecich będących przedsiębiorcami (dalej jako: „Partnerzy”), a także artykuły z drugiej ręki (sekcja Serwisu pod nazwą „Pre-owned”). Informacja o sprzedawcy znajduje się na karcie produktu (na dzień wydania decyzji jest widoczna po wyborze rozmiaru i jest umieszczona w ramce wraz z informacjami dotyczącymi dostawy pod przyciskiem „Dodaj do koszyka”).
- [16] Zalando.pl jest jedną z najpopularniejszych internetowych platform handlowych w Polsce. Na dzień 1 czerwca 2023 r. liczba zarejestrowanych użytkowników serwisu wynosiła xxxxx xxxxx. Liczbę użytkowników, którzy odwiedzili Serwis w 2023 r., 2024 r. i w 2025 r., prezentują poniższe tabele. Wynika z nich, że xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx korzysta z Serwisu, xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx⁷.

	Desktop	Wersja mobilna	Aplikacja
01.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
02.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
03.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
04.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
05.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
06.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
07.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
08.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
09.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
10.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
11.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx
12.2023	xxxxx	xxxxx	xxxxx

Dowód: pismo Spółki z 6 października 2023 r., karta nr 598-667, pismo Spółki z 16 maja 2025 r., karta nr 968-995

	Desktop	Wersja mobilna	Aplikacja
01.2024	xxxxx	xxxxx	xxxxx
02.2024	xxxxx	xxxxx	xxxxx
03.2024	xxxxx	xxxxx	xxxxx
04.2024	xxxxx	xxxxx	xxxxx
05.2024	xxxxx	xxxxx	xxxxx

⁶ W dniu 4 marca 2024 r. wprowadzona została możliwość zmiany języka w Serwisie (na angielski). Zmianę języka można wprowadzić przez kliknięcie w przycisk globusa w prawym górnym rogu Serwisu.

⁷ Jeden użytkownik może korzystać z różnych wersji Serwisu.

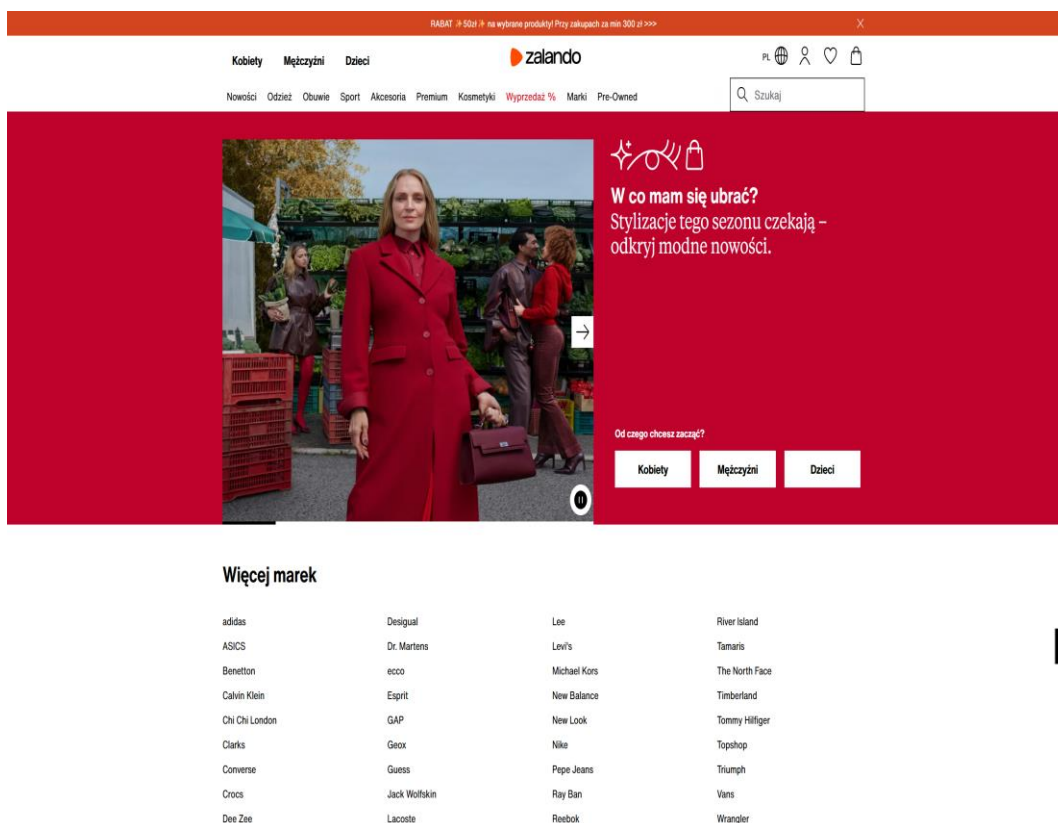
06.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
07.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
08.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
09.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
10.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
11.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX
12.2024	XXXXX	XXXXX	XXXXX

Dowód: pismo Spółki z 16 maja 2025 r., karta nr 968-995

	Desktop	Wersja mobilna	Aplikacja
01.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX
02.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX
03.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX
04.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX
05.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX
06.2025	XXXXX	XXXXX	XXXXX

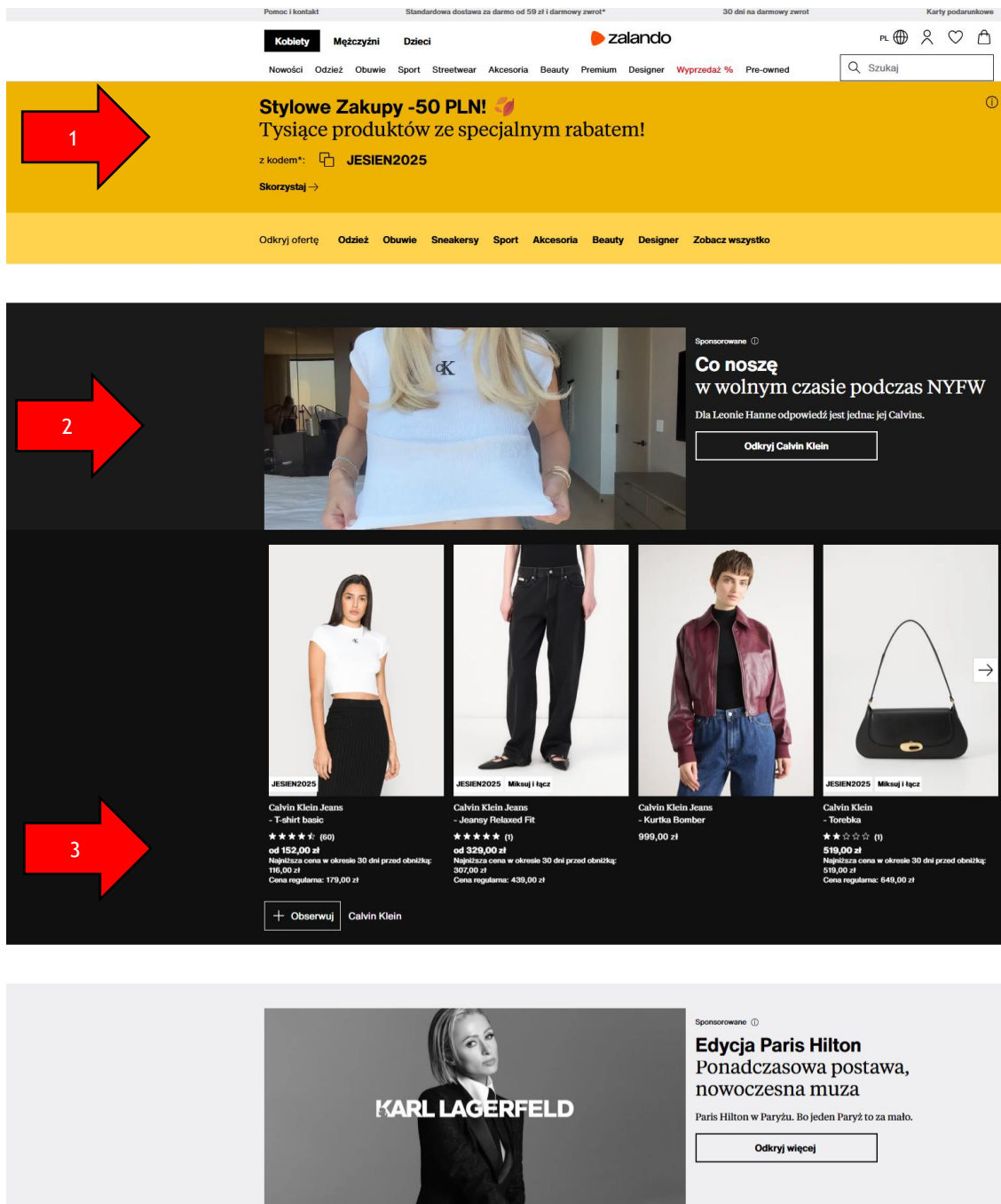
Dowód: pismo Spółki z 24 września 2025 r., karta nr 1640-1658

- [17] Strona główna serwisu Zalando.pl dostępna jest w wersji dla kobiet, mężczyzn lub dzieci. Przy pierwszej wizycie w Serwisie wyświetla się strona początkowa z możliwością wyboru zakładki spośród „Kobiety”, „Mężczyźni” i „Dzieci”:

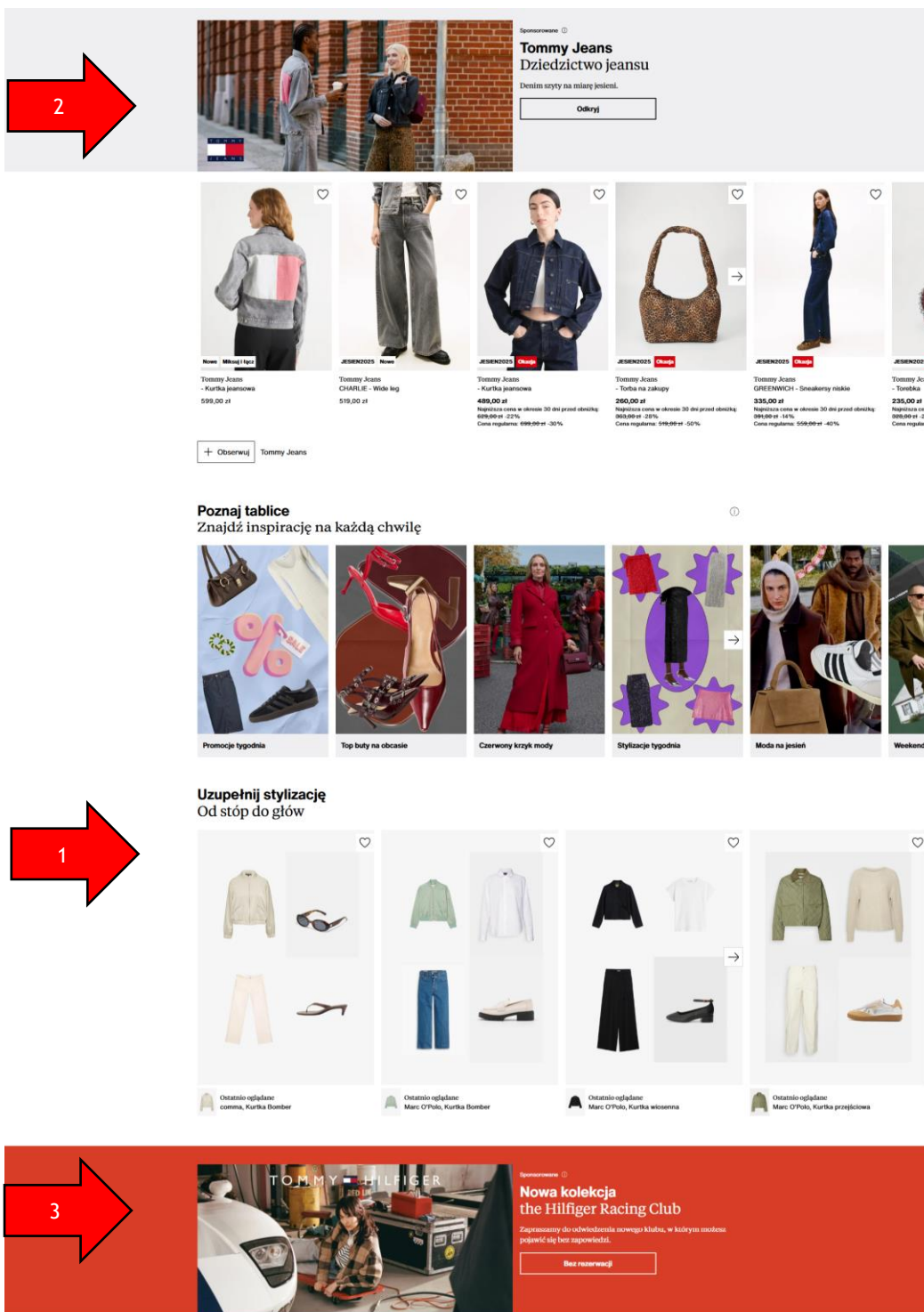


Zrzut ekranu nr 1 (fragment) strony głównej serwisu <https://www.zalando.pl/> z dnia 10.09.2025 r. Załącznik do protokołu z 10.09.2025 r.

[18] Po wybraniu zakładki „Kobiety”, „Mężczyźni” lub „Dzieci” strona główna uwzględni dokonany wybór przy kolejnych wizytach na stronie Serwisu. Przykładowy widok strony głównej Serwisu w wersji dla kobiet prezentuje poniższy zrzut ekranu:



Zrzut ekranu nr 2a (fragment) strony głównej serwisu Zalando.pl dla produktów damskich w wersji desktop z dnia 26.09.2025 r. (www.zalando.pl/kobiety-home/). Załącznik do protokołu z 06.10.2025 r. Strzałkami 1-3 zaznaczono zmienne w czasie banery promocyjne np. marek, produktów, kampanii promocyjnych. Strzałka 1 wskazuje na zmienny baner promocyjny. Strzałki 2 i 3 wskazują na strony marek.

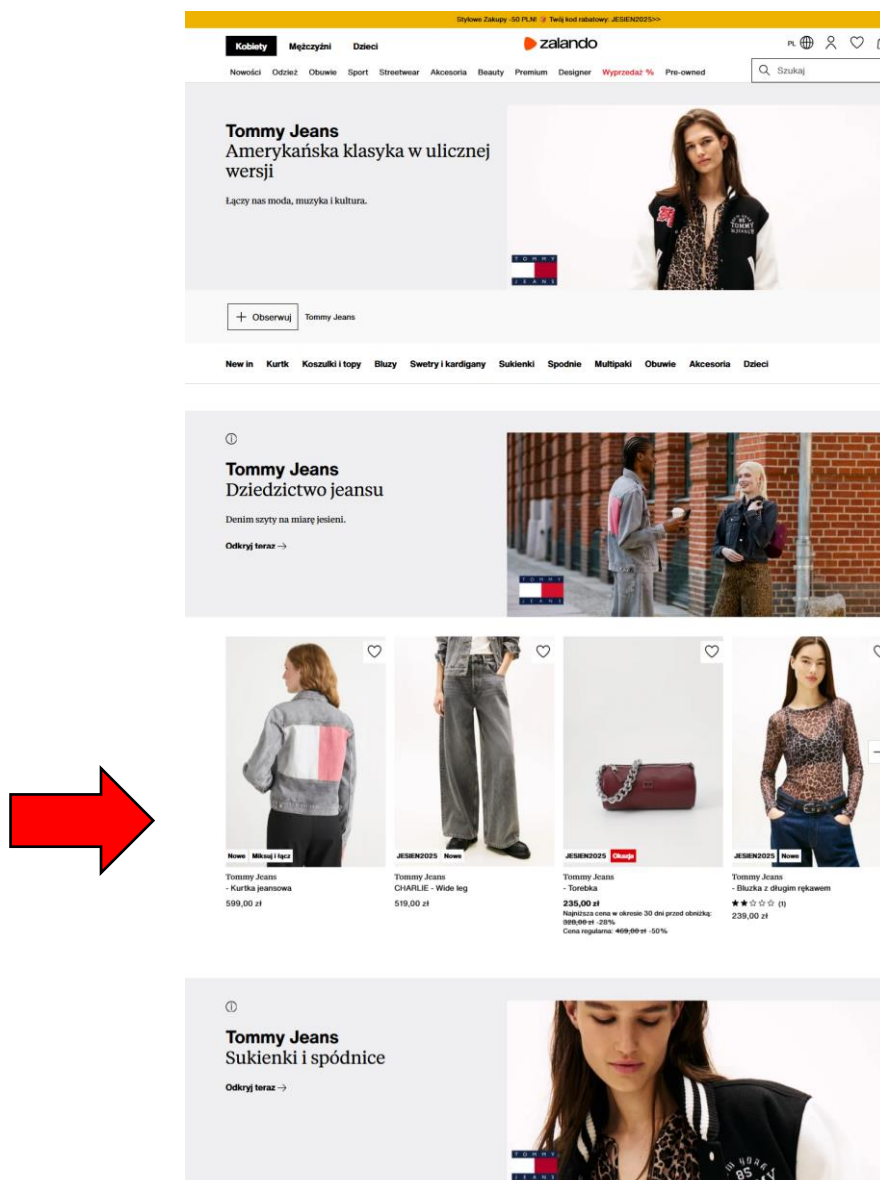


Zrzut ekranu nr 2b (fragment) strony głównej serwisu Zalando.pl dla produktów damskich w wersji desktop z dnia 26.09.2025 r. (www.zalando.pl/kobiety-home/). Załącznik do protokołu z 06.10.2025 r. Strzałkami 1-3 zaznaczono zmienne w czasie banery promocyjne np. marek, produktów, kampanii promocyjnych. Strzałka 1 wskazuje na zmienny baner promocyjny. Strzałki 2 i 3 wskazują na strony marek.

[19] Na stronie głównej Serwisu prezentowane są różne (zmiennie w czasie) kampanie promocyjne oraz różne (zmiennie w czasie) podpowiedzi zakupowe dla poszczególnych produktów (wskazane poniżej strzałką). Podpowiedzi zakupowe to produkty automatycznie (tj. nie w wyniku kliknięcia w określoną zakładkę lub skorzystania przez konsumenta z opcji

wyszukiwania) wyświetlane w Serwisie na stronie głównej, na stronie marki oraz na karcie produktu. Kliknięcie w jeden z produktów wyświetlanych w ramach podpowiedzi zakupowych przekierowuje na kartę produktu. W przypadku wcześniejszego korzystania z Serwisu mogą one mieć charakter spersonalizowany (sekcje „Ostatnio wyszukiwane”, „Promocje wybrane dla Ciebie”).

- [20] Przykładowo, kliknięcie w baner „Tommy Jeans Dziedzictwo jeansu” przenosi użytkownika do dedykowanej strony marki (tj. strony, na której dostępne są tylko produkty danej marki) z prezentacją podpowiedzi zakupowych dla wyselekcjonowanych produktów. Przykładowy widok strony marki prezentuje poniższy zrzut ekranu.



Zrzut ekranu nr 3 (fragment) strony marki Tommy Jeans z dnia 26.09.2025 r. ze strony <https://www.zalando.pl/odkryj/tommy-jeans-kobiety/?sc=false&q=tommy+jeans> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 06.10.2025 r. Strzałką zaznaczono podpowiedzi zakupowe na stronie marki.

Zrzut ekranu nr 4 (fragment) z dnia 15.05.2023 ze strony <https://www.zalando.pl/kobiety-promocja/> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 23.05.2025 r. Strzałka 1 wskazuje na liczbę produktów na ww. stronie internetowej. Strzałka 2 wskazuje na sposób informowania o obniżce ceny na etapie listingu oraz sposób informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką.

- [23] Prezes Urzędu ustalił, że wbrew twierdzeniom Spółki zawartość zakładki „Wyprzedaż %” uległa zmianie względem wcześniejszej zakładki „Promocje”, która obejmowała również produkty w cenach podwyższonych względem najniższej ceny z 30 dni przed obniżką lub kalkulowanych wyłącznie względem ceny początkowej (obecnie: regularnej), co ilustrują poniższe przykładowe zrzuty ekranu.

The screenshot shows the Zalando website interface. At the top, there is a red banner with the text "Letnia wyprzedaż do -60% Wakacyjne kolekcje w niższych cenach". Below the banner, the navigation menu includes "Kobiety", "Mężczyźni", and "Dzieci". The main content area is titled "Produkty damskie w promocji" and features a grid of product listings. Each listing includes a product image, a title, a price, and a discount percentage. The products shown are:

- ESTÉE LAUDER DOUBLE WEAR STAY-IN-PLACE MAKEUP... (Luxury, 181,00 zł, -30% off)
- ESTÉE LAUDER ADVANCED NIGHT REPAIR/DAYWEAR S... (Luxury, 97,00 zł, -25% off)
- Nike Sportswear NIKE AIR FORCE 1 PREMIUM - Sneakersy... (Hot Drop, 389,00 zł, -35% off)
- Big Star LANGARM MARITA - Sweter - beige (Okazja, 49,00 zł, -67% off)
- WITTCHEN YOUNG COLLECTION - Torba na ramię - ... (Okazja, 235,90 zł, -31% off)

Zrzut ekranu nr 5 (fragment) z dnia 20.06.2023 ze strony internetowej <https://www.zalando.pl/kobiety-promocja/>. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.

Mężczyźni > Promocje

Produkty męskie w promocji

Promocje

- Odzież
- Obuwie
- Sport
- Streetwear
- Akcesoria
- Designer
- Kosmetyki

Sortuj  Rozmiar  Marka  Kampanie  Zrównoważony rozwój  Cena 

Popularne  Kolekcji  Licencjonowana postać  Styl 

- Nowości
- Najniższa cena
- Najwyższa cena
- Okazje** 



Night Addict
T-shirt z nadrukiem
95,00 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
~~89,00 zł~~ +14%
Cena regularna: ~~119,00 zł~~ -20%



Mango
Koszula
139,99 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
~~229,99 zł~~ -39%



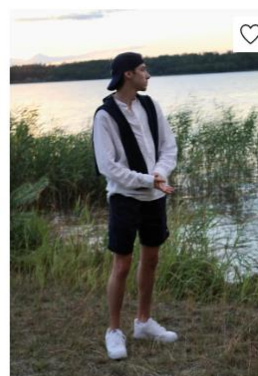
Pier One
T-shirt basic
79,00 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
~~89,00 zł~~ -11%
Cena regularna: ~~99,00 zł~~ -20%




Recman
Jeansy Straight Leg
69,99 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
~~209,00 zł~~ -76%



Ombre
Kurtka zimowa
114,99 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
~~360,99 zł~~ -68%



 julieeeeeen_ [Obserwuj](#)

Zrzut ekranu nr 6 (fragment) z dnia 13.09.2023 ze strony <https://www.zalando.pl/mezczyzni-promocja/?order=sale> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 13.09.2023 r.

- [24] Na dzień wydania decyzji w zakładce „Wyprzedaż %” znajdują się wyłącznie towary, których cena zakupu jest niższa od deklarowanej najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Prezes Urzędu ustalił jednak, że w części przypadków Spółka wyświetla nieprawidłową najniższą cenę z 30 dni przed obniżką, co wpływa również na towary wyświetlane w zakładce „Wyprzedaż %” (szerzej por. nb. 21-23 oraz 25-26).

[25] W podobny sposób do opisanej wyżej zakładki „Wyprzedaż”, tj. w formie listy produktów do wyboru (tzw. listing) prezentowane są produkty po ich wyszukaniu z wykorzystaniem określonego hasła lub po wybraniu kategorii (np.: „Obuwie”, lub „Obuwie: „Sneakersy”). Wyszukiwaną frazę lub wybraną kategorię można dodatkowo precyzować. Na wyświetlającej się stronie listingu możliwe jest także korzystanie z funkcji filtrowania lub sortowania (więcej por. nb. 45-53).

[26] Kliknięcie na konkretny produkt przenosi konsumenta na kartę produktu zawierającą informację o tym towarze. Na kartę produktu konsument może trafić również bezpośrednio z wyszukiwarki internetowej lub wskutek kliknięcia w reklamę zewnętrzną (tj. wyświetlaną w innych serwisach niż Zalando.pl) - por. nb. 104-106.

[27] Zakupów w Serwisie można dokonywać przez dodawanie produktów do koszyka z poziomu karty produktu (przycisk „Dodaj do koszyka”). Produkty dodane do koszyka można „podejrzeć” przez kliknięcie w ikonę koszyka widoczną w górnym prawym rogu Serwisu - ikona ta otwiera podgląd koszyka (tzw. „mini koszyk”). W przypadku uprzedniego dodania produktu do koszyka, np. w trakcie poprzedniej wizyty w Serwisie, konsument może również dokonać zakupu z pominięciem strony produktu (przejsć do koszyka wprost ze strony głównej Serwisu lub dowolnej innej strony).

Dowód: protokoły z utrwalenia dowodów elektronicznych w ramach postępowania tj. np. protokół z dnia 16 sierpnia 2023 r., karta nr 570-573; protokół z dnia 13 września 2023 r., karta nr 581 protokół z dnia 18 września 2023 r., karta nr 586-587; protokół z dnia 27 września 2024 r., karta nr 912-925, pismo Spółki z dnia 19 września 2024 r., karta nr 892-912

[28] Jak ustalił Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki,
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX:

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Dowód: pismo Spółki z dnia 4 sierpnia 2025 r., karta nr 1057-1492, pismo Spółki z dnia 15 września 2025 r., karta nr 1590-1620

[29] Sposób działania Serwisu i jego główne funkcje są zbliżone we wszystkich jego wersjach (wersja desktopowa, mobilna i aplikacja).

Dowód: protokoły z utrwalenia dowodów elektronicznych w ramach postępowania tj. np. protokół z dnia 16 sierpnia 2023 r., karta nr 570-573; protokół z dnia 13 września 2023 r., karta nr 581 protokół z dnia 18 września 2023 r., karta nr 586-587; protokół z dnia 27 września 2024, karta nr 912-925; protokół z dnia 9 września 2025 r. karta nr 1560-1563

[30] Prezentacja obniżek wygląda analogicznie w przypadku sprzedaży przez Zalando i Partnera (więcej nb. 96, 102 i 103 oraz 149-159).

Informacje o obniżce cen

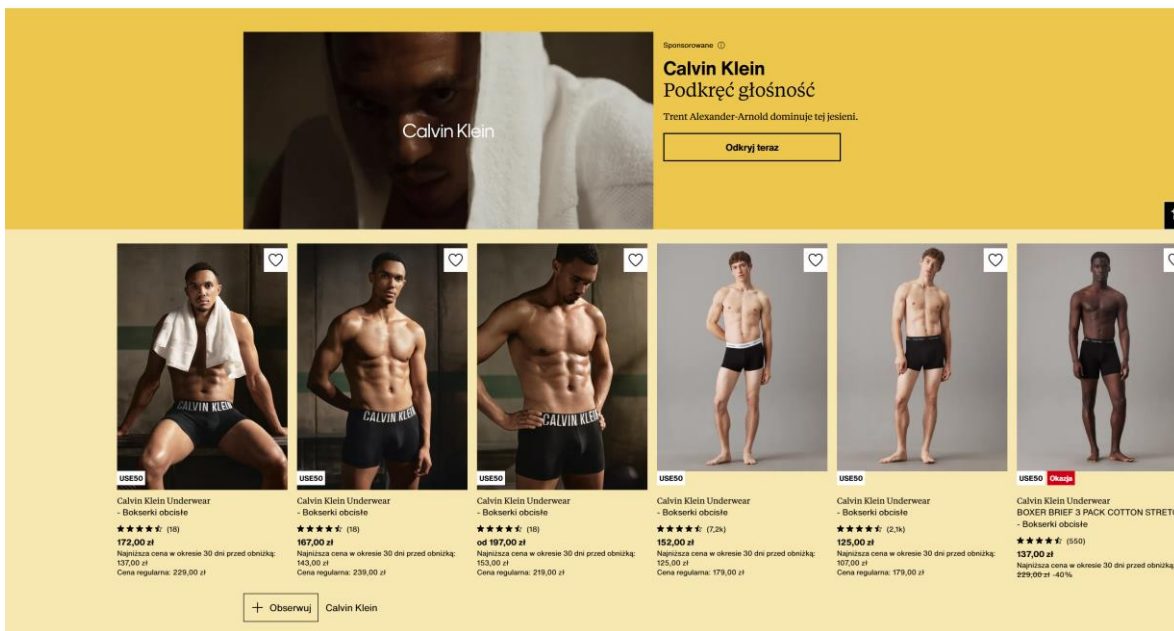
- [31] Spółka w różnorodny sposób informuje o obniżce cen w Serwisie. Wykorzystuje w tym celu oznaczenia słowne, wyróżnienia graficzne, procentowe wskazania oszczędności, zestawienia cen. Prezentacja ww. informacji w okresie objętym postępowaniem zmieniała się w czasie.
- [32] Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki ustalił, że ustawienia Serwisu, przeglądarki użytkownika lub innych okoliczności związanych ze sposobem korzystania z serwisu Zalando.pl przez użytkownika, a także historia zakupów i listy zakupów nie wpływają na sposób prezentacji cen lub informacji o obniżkach w Serwisie. Potwierdza to także analiza treści Serwisu.
- Dowód: pismo Spółki z 6 października 2023 r., załącznik nr 1, pkt II.6, karta nr 598-667*
- [33] W toku postępowania Spółka informowała o obniżkach cen w Serwisie przez:
1. oznaczanie ofert produktów czerwoną etykietą „Okazja” (por. zrzuty nr 23-25),
 2. graficzne wyróżnienie ceny sprzedaży (czerwona, zazwyczaj wytłuszczona czcionka, większa od ceny lub cen odniesienia) lub procentowej wysokości obniżki (czerwona czcionka) (por. zrzuty nr 23-25),
 3. wskazanie procentowej wysokości obniżki przy jednej lub dwóch cenach odniesienia, tj. cenie regularnej (wcześniej: początkowej) lub najniższej cenie w okresie 30 dni przed obniżką (wcześniej: ostatniej najniższej ceny)⁹ (por. zrzuty nr 23-27),
 4. wskazanie przekreślonej jednej lub dwóch cen odniesienia, tj. ceny regularnej (wcześniej: początkowej lub pierwotnej) lub najniższej ceny w okresie 30 dni przed obniżką (wcześniej: ostatniej najniższej ceny)¹⁰ (por. zrzuty nr 23-27),
 5. wskazanie nieprzekreślonych dwóch cen odniesienia, tj. ceny regularnej i najniższej ceny w okresie 30 dni przed obniżką (por. zrzut nr 29),
 6. stosowanie słownych określeń w kolorze czerwonym lub szarym¹¹ podkreślających wielkość obniżki - „nawet -X%” [gdzie X oznacza konkretną liczbę], „nawet -X% taniej” [gdzie X oznacza konkretną liczbę] (por. zrzut nr 24).
- [34] Informacje wskazujące na obniżenie ceny produktów w toku postępowania były prezentowane na etapie wyboru produktu (listingu), na karcie produktu, w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki oraz w koszyku. Na dzień wydania decyzji te informacje nie są już prezentowane w koszyku (w tym w tzw. mini koszyku).
- [35] Część z wymienionych sposobów informowania o obniżce występuje w Serwisie jednocześnie. Przykładowo, procentowa wysokość obniżki może być prezentowana z wykorzystaniem zarówno szarej, jak i czerwonej czcionki. Przekazowi może towarzyszyć określenie „nawet”, co nie w każdym przypadku ma jednak miejsce. Podobnie przy przekreślonej cenie często pojawia się procentowe wskazanie oszczędności. Nie ma to jednak miejsca we wszystkich przypadkach. Konkretny sposób prezentacji zależy od danej oferty i jej parametrów, w tym od tego, czy cena sprzedaży jest niższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.

⁹ Sporadycznie zdarzało się, że cena odniesienia nie była określona - por. zrzut ekranu nr 71-73.

¹⁰ Sporadycznie zdarzało się, że cena odniesienia nie była określona - por. zrzut ekranu nr 71-73.






¹¹ Słowne określenia w kolorze szarym pojawiają się w niektórych wariantach prezentacji. Dotyczy to produktów określonych marek. Por. nb. 56

- [36] Opisane sposoby informowania o obniżce w różnych konfiguracjach elementów wskazujących na obniżkę i na różnych etapach procesu zakupowego przedstawiono na zrzutach ekranu nr 7-9, 23-29.
- [37] Spółka nie stosuje oznaczeń obniżek w sposób konsekwentny. Cena tego samego produktu jest w części przypadków inaczej oznaczana na listingu lub w podpowiedziach zakupowych i inaczej na karcie produktu. Ilustrują to poniższe zrzuty ekranu.
- [38] W przykładzie poniżej w podpowiedzi zakupowej Spółka oznacza cenę i wielkość czarną czcionką. Na karcie produktów analogiczne elementy oznaczone są czcionką czarną lub czerwoną (w zależności od tego, czy cena sprzedaży jest niższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką).

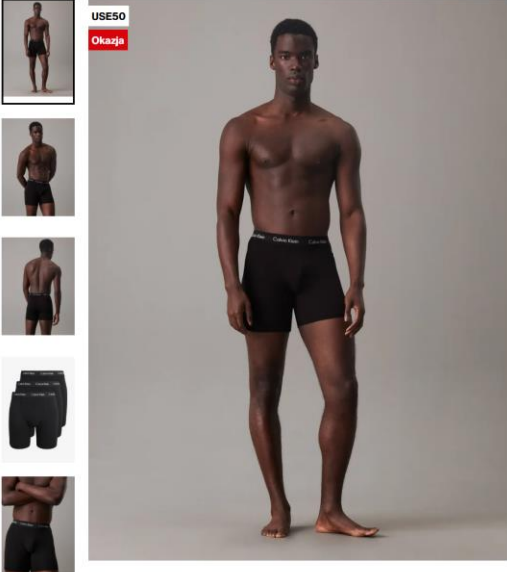


Zrzut ekranu nr 7 (fragment) z dnia 10.09.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/mężczyzni> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 10.09.2025 r. Strzałka wskazuje na prezentowaną na czarno informację o obniżce (procentowa wysokość obniżki). Widoczna jest także czerwona etykieta „Okazja”.

RABAT -50zł na wybrane produkty! Przy zakupach za min 300 zł >>>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned



USE50
Okazja

Calvin Klein Underwear
BOXER BRIEF 3 PACK COTTON STRETCH - Bokserki obciste

4.5 ★★★★★ 550 oceny/ocen

137,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~229,00 zł~~ -40%


Okazja: zniżka 50 zł na ten i inne wybrane produkty z kodem rabatowym. Dotyczy zamówień powyżej 300,00 zł.


Wpisz kod przed zapłatą:
USE50

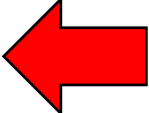
[Zobacz więcej](#)

Kolor: **black**

Wybierz rozmiar






Dodaj do koszyka 

 To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

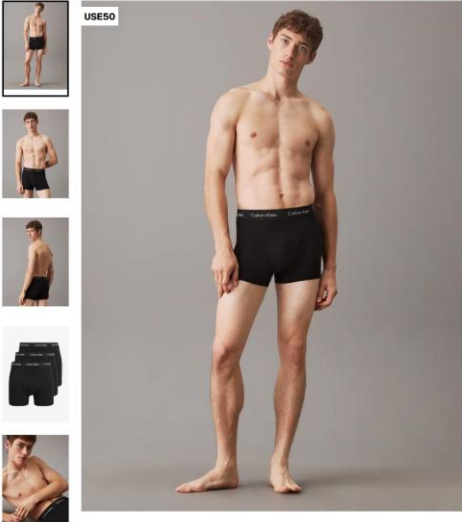


Zrzut ekranu nr 8 (fragment) z dnia 10.09.2025 ze strony www.zalando.pl_calvin-klein-underwear-brief-3-pack-panty-black-c1182o002-q13.html w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 10.09.2025 r. Cena sprzedaży (niższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką) w podpowiedzi zakupowej oznaczona jest na czarno, a na karcie produktu oznaczona jest na czerwono (oznaczono strzałką). Podobnie w przypadku procentowej wielkości obniżki.

RABAT -50zł na wybrane produkty! Przy zakupach za min 300 zł >>>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned



USE50

Calvin Klein Underwear
- Bokserki obciste

4.5 ★★★★★ 2125 oceny/ocen


125,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 107,00 zł
Cena regularna: 179,00 zł

Okazja: zniżka 50 zł na ten i inne wybrane produkty z kodem rabatowym. Dotyczy zamówień powyżej 300,00 zł.


Wpisz kod przed zapłatą:
USE50


[Zobacz więcej](#)

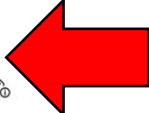
Kolor: **black**

 +2

Wybierz rozmiar

Dodaj do koszyka 

 To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu



Zrzut ekranu 9 (fragment) z dnia 10.09.2025 ze strony www.zalando.pl_calvin-klein-underwear-trunk-3-pack-panty-black-c1152k001-q24.html w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 10.09.2025 r. Cena sprzedaży

(wyższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką) zarówno w podpowiedzi zakupowej, jak i na karcie produktu oznaczona jest na czarno (oznaczono strzałką).

[39] W poniższym przykładzie Spółka na listingu Spółka postępuje się ceną sprzedaży zapisaną czerwona czcionką, z kolei na karcie produktu do oznaczenia ceny i wielkości obniżek wykorzystana jest czarna czcionka.

Stylowe Zakupy -50 PLN! Twój kod rabatowy: JESIEN2025>>

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned Szukaj

Kobiety > Odzież > Kurtki i marynarki

Damskie kurtki i marynarki Rozmiar 42

Odzież

Sukienki

Sweetry i kardigany

Bluzy

Spodnie

Jeansy

Kurtki i marynarki

Kurtki przejściowe

Kurtki wodoodporne

Kurtki skórzane

Kurtki jeansowe

Marynarki

Poncza

Kamizelki

Kurtki outdoorowe

Kurtki sportowe

Kurtki zimowe

Kurtki puchowe

Kurtki bomberki

Płaszcz

Koszulki i topy

Bluzki i koszule

Spódnice

Odzież sportowa

Kombinezony i ogrodniczki

Moda plażowa

Szorty

Bielizna

Bielizna nocna i piżamy

Skarpety i rajstopy

Promocje

Sortuj

Marka 4

Rozmiar 1

Kolor

Cena

Materiał

Długość

Popularne

Wzór

Typ kołnierza

Wszystkie filtry

Nowości

Najniższa cena

Najwyższa cena

Okazje

Wyczyść

Zapisz

JESIEN2025 Okazja

Sponsorowane

IVY OAK
CORI ANN - Kamizelka

1 334,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
1 601,00 zł -17%

Cena regularna: 1 779,00 zł -25%

JESIEN2025 Okazja

Sponsorowane

Marc O'Polo DENIM
- Kurtka jeansowa

409,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
566,00 zł -28%

Cena regularna: 629,00 zł -35%

JESIEN2025 Okazja

Sponsorowane

IVY OAK
TOULA - Kamizelka

989,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
1 099,00 zł -10%

JESIEN2025 Okazja

IVY OAK
TOULA - Kamizelka

989,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
1 099,00 zł -10%

JESIEN2025 Okazja

IVY OAK
SUE - Zakiet

1 239,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
1 394,00 zł -11%

Cena regularna: 1 549,00 zł -20%

itsantonla Obserwuj

Zrzut ekranu 10 (fragment) z dnia 26.09.2025 r. ze strony <https://www.zalando.pl/odziez-damska-kurtki/marc-o-polo-online-shop.ivy-and-oak-rozmiar-42/?order=sale> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r. Strzałka wskazuje na prezentowaną na czerwono informację o obniżce (czerwona cena sprzedaży i procentowa wielkość obniżki). Widoczna jest także czerwona etykieta „Okazja”.

The screenshot shows the Zalando website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Kobiety', 'Mężczyźni', and 'Dzieci'. The main product image shows a woman in a black blazer. To the right of the image, the product name 'IVY OAK SUE - ŻAKIET' is displayed, along with the price '1 239,00 zł' and a promotional code 'JESIEN2025'. A red arrow points to the promotional code area. Below the product name, there is a section for 'Okazja: zniżka 50 PLN' and a 'Dodaj do koszyka' button. The size '42' is selected in a dropdown menu. At the bottom, there is a section for 'Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando' with delivery dates 'Pon 29 Wrz - Wto 30 Wrz' and 'Przesyłka standardowa za darmo'.

Zrzut ekranu nr 11 (fragment) z dnia 26.09.2025 r. ze strony <https://www.zalando.pl/ivy-oak-sue-zakiet-black-iv321g02k-q11.html?size=42> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r. Cena sprzedaży (niższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką) na karcie produktu oznaczona jest na czarno (oznaczono strzałką). Podobnie w przypadku procentowej wielkości obniżki.

Informacje o obniżce cen na listingu, dostępne opcje filtrowania i sortowania

- [40] W ramach serwisu Zalando.pl użytkownik może wybrać interesującą go kategorię lub wpisać frazę dotyczącą interesującego go produktu (np. sukienka) w wyszukiwarkę. W efekcie zostanie przekierowany na stronę listy produktów (tzw. listing). Na etapie listingu wyświetlane są wszystkie towary w ofercie Spółki, które spełniają definicję wybranej kategorii lub mieszczą się w kryteriach wyszukiwania. Znajdują się tam zarówno towary objęte informacją o obniżeniu ceny (we wszystkich wariantach opisanych w nb. 33) jak i towary nieobjęte tą informacją.
- [41] Do 9 października 2023 r. w Serwisie obniżka na listingu przedstawiana była wyłącznie w formie procentowej oszczędności względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej), z zastosowaniem czerwonej kolorystyki dla ceny sprzedaży i wielkości obniżki, a także etykiety „Okazja”, co przedstawia przykładowy zrzut ekranu poniżej:

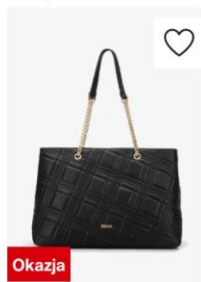
Filtr

Ulubione filtry

Rozmiar	Marka	Kolor	Zrównoważone
---------	-------	-------	--------------

Liczba produktów: 279 865 (?)

🕒 Sponsorowane



Okazja
WITTCHEN
Torebka
149,90 zł
Cena
regularna: 399,90 zł
-63%

🕒 Sponsorowane



Wrangler
T-shirt z nadrukiem
od 79,00 zł
Cena
regularna: 119,00 zł
nawet -34%



Okazja
Makeup Revolution
REVOLUTION MINI ...
11,00 zł
10 g (110 zł / 100 g)
Cena
regularna: 14,00 zł
-21%



Hot Drop
New Balance
550 - Sneakersy ni...
422,00 zł
Cena
regularna: 469,00 zł
-10%

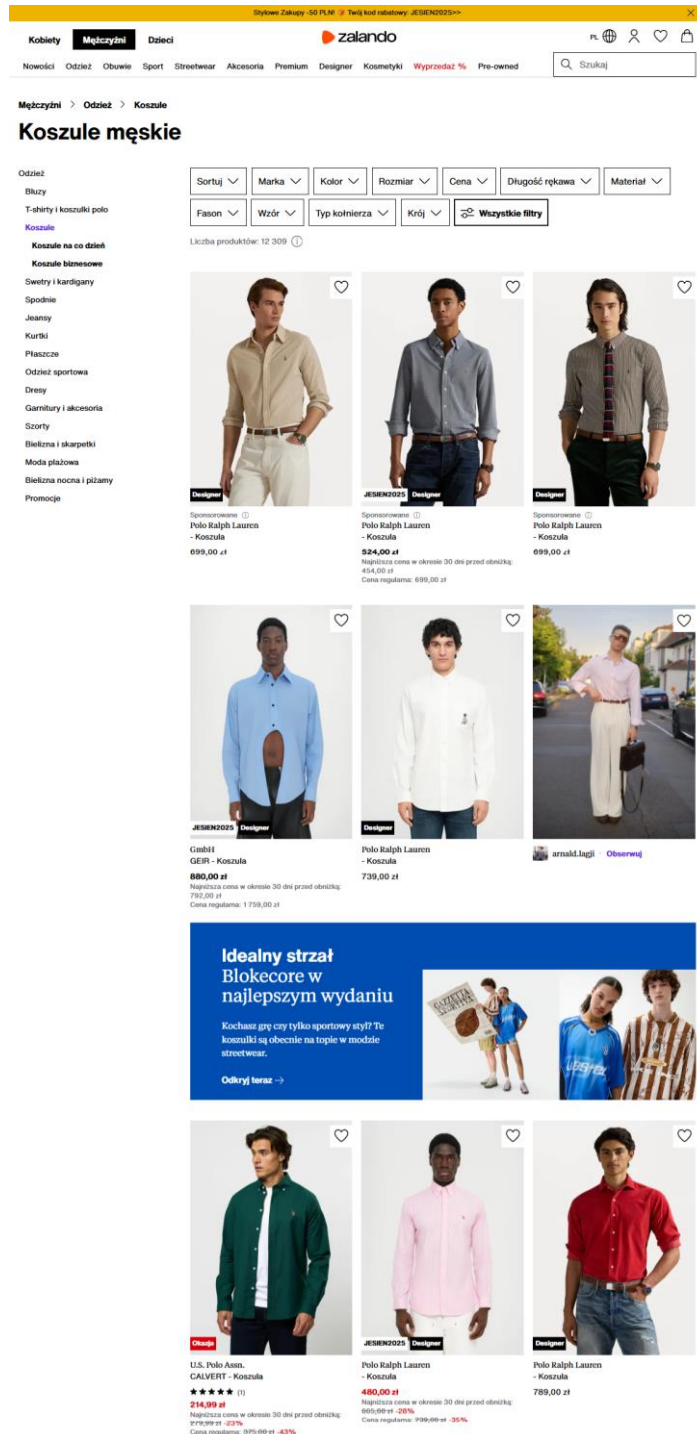
Zrzut ekranu nr 12 (fragment) z dnia 10.08.2023 ze strony <https://www.zalando.pl/odziez-meska-koszule/> interfejsu aplikacji Zalando po kliknięciu w zakładkę „Kobiety” a następnie kliknięciu w zakładkę „Promocje” oraz wybraniu opcji „Wszystko promocje”. Załącznik do protokołu z 16.08.2023 r. Na ww. listingu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-4 nb. 33.

[42] Na dzień wydania decyzji w Serwisie dominują następujące sposoby przedstawiania obniżki na listingu:

- Gdy cena sprzedaży jest nizsza niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką, cena sprzedaży jest prezentowana na czerwono, poniżej mniejszą szarą czcionką podana jest co najmniej „najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką” z przekreśloną wartością oraz na czerwono procentowa wartość obniżki z minusem (-X%). Dodatkowo podana może być również „cena regularna” prezentowana w analogiczny sposób. Ponadto wyświetlane zdjęcie produktu jest opatrzone etykietą „Okazja”. Ten sposób prezentacji ilustruje strzałka na zrzucie ekranu 8.

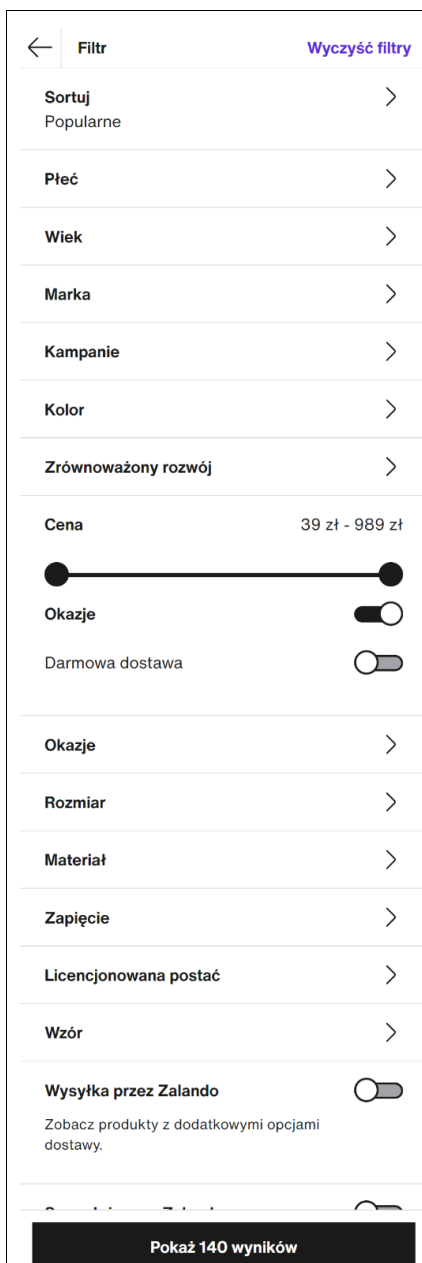
- Gdy cena sprzedaży jest wyższą niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką, cena sprzedaży jest prezentowana czarną czcionką, poniżej mniejszą szarą czcionką podane są dwie ceny odniesienia, tj. „najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką” i „cena regularna”. Ceny są nieprzekreślane oraz nie jest wskazana procentowa wielkość obniżki. Ten sposób prezentacji ilustruje strzałka na zrzucie ekranu 9.

[43] Przykładowa strona listingu w serwisie Zalando.pl (dla koszul męskich) prezentuje się następująco:

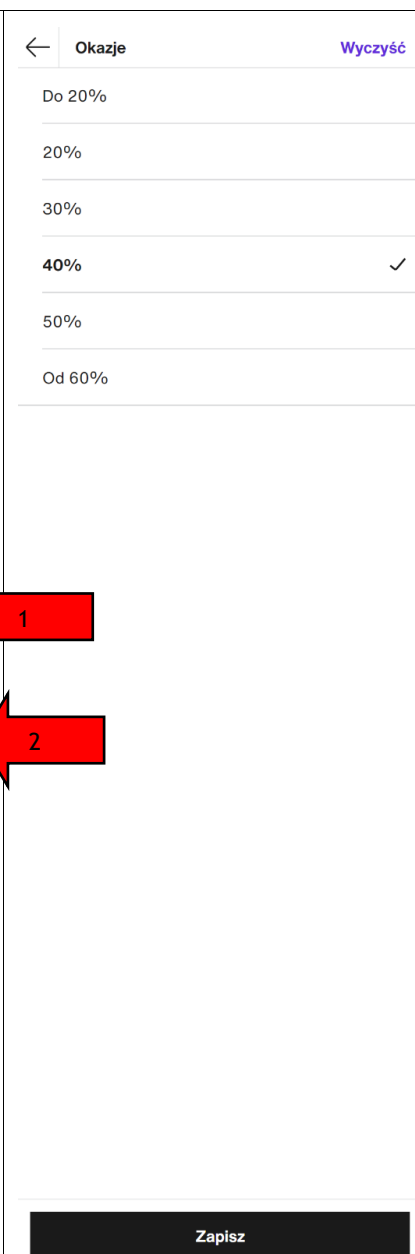


Zrzut ekranu 13 (fragment) z dnia 26.09.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/odziez-meska-koszule/> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r. Na ww. listingu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-5 nb. 33

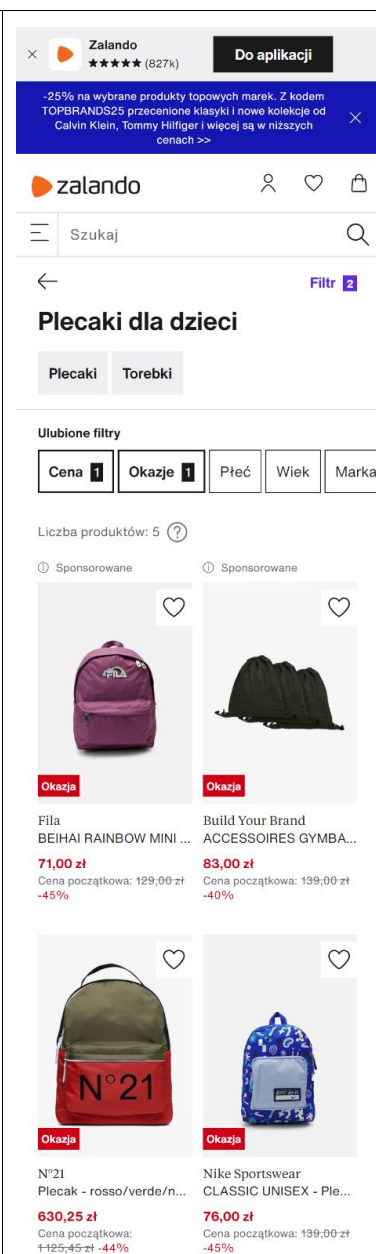
- [44] Od ww. sposobów prezentacji cen występują jednak odstępstwa. Przykładowo, etykieta „Okazja” może nie być użyta, mimo że cena sprzedaży jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką (por. zrzut ekranu nr 46-47 poniżej). W części przypadków, gdy cena sprzedaży jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką, cena sprzedaży jest prezentowana na czarno, poniżej mniejszą szarą czcionką podana jest co najmniej „najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką” z przekreśloną wartością oraz na czarno procentowa wartość obniżki z minusem (-X%). Dodatkowo podana może być również „cena regularna” prezentowana w analogiczny sposób (por. np. zrzut ekranu nr 11).
- [45] Na etapie listingu użytkownik ma możliwość stosowania filtrów, a także sortowania produktów. Są to funkcje, które pozwalają konsumentom na wyświetlenie wyników odpowiadających interesującym konsumentów kryteriom.
- [46] Do 21 lipca 2023 r. w ramach dostępnych opcji filtrowania produkty w okazyjnej cenie wyświetlały się po kliknięciu w przycisk „Cena” i zaznaczeniu opcji „Okazje” przez przesunięcie suwaka (obecnie filtr o nazwie „Okazje” znajduje się w funkcjonalności „Sortuj”). Dodatkowo konsument mógł zawęzić wyszukiwanie, klikając w przycisk „Okazje” i wybierając z listy wielkość obniżki (do 20%, 30%, 40%, 50%, od 60%).
- [47] Jak wynika z poniższych zrzutów ekranu, filtrowanie w oparciu o progi wielkości obniżki odbywało się wyłącznie na podstawie różnicy pomiędzy ceną zakupu a ceną początkową (obecnie: regularną). Tym samym przy kalkulacji wielkości obniżki w ramach ww. filtra w ogóle nie brano pod uwagę najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.



Zrzut ekranu nr 14 (fragment) z dnia 30.05.2023 ze strony internetowej <https://www.zalando.pl/dzieci-torby-plecaki/> w wersji mobilnej po kliknięciu w przycisk „wszystkie filtry” a następnie przesunięciu suwaka oznaczonego jako „Okazje” (zaznaczono strzałką nr 1).



Zrzut ekranu nr 15 (fragment) z dnia 30.05.2023 ze strony internetowej <https://www.zalando.pl/dzieci-torby-plecaki/> w wersji mobilnej po kliknięciu w przycisk „wszystkie filtry” a następnie przesunięciu suwaka oznaczonego jako „Okazje” a następnie kliknięciu w przycisk „Okazje” (zaznaczono strzałką nr 2) oraz wybraniu „40%”.



Zrzut ekranu nr 16 (fragment) z dnia 30.05.2023 ze strony internetowej https://www.zalando.pl/dzieci-torby-plecaki/?discount=zniczka_40_procent&sale=true w wersji mobilnej (wynik zastosowania filtrów widocznych na zrzutach 14-15).

[48] Po 21 lipca 2023 r. po kliknięciu w przycisk „Cena” możliwe jest wyłącznie zaznaczenie dodatkowego suwaka „Cena różni się od ceny regularnej”. Również ta opcja filtrowania nie bierze pod uwagę jako punktu odniesienia najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, lecz cenę regularną. Przykładowy widok listingu po wyborze tego filtra przedstawia poniższy zrzut ekranu.

Kobiety > Odzież

Odzież damska

Odzież

Sukienki

Koszulki i topy

Spodnie

Jeansy

Bluzki i koszule

Kurtki i marynarki

Moda plażowa

Bluzy

Spódnice

Szorty

Swetry i kardigany

Odzież sportowa

Kombinezony i ogrodniczki

Płaszcz

Bielizna

Bielizna nocna i piżamy

Skarpety i rajstopy

Promocje

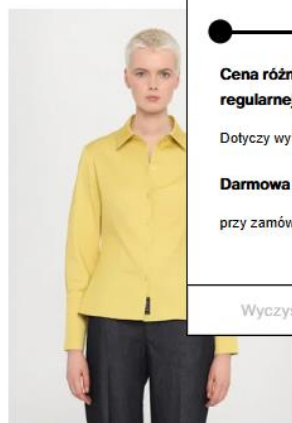
Sortuj ▾ Marka ▾ Nowość ▾ Kampanie ▾ Cena ^ Rozmiar ▾ Kolor ▾

Rodzaj kolekcji ▾ Materiał ▾ Długość ▾ Wzór ▾

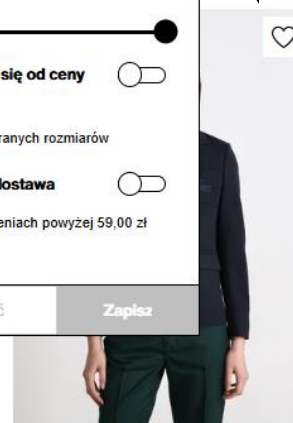
Liczba produktów: 278 846 ⓘ



Sponsorowane ⓘ
TOM TAILOR DENIM
MODERN - Żakiet
213,00 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
212,00 zł
Cena regularna: 299,00 zł



Sponsorowane ⓘ
MAX&Co.
MIDTOWN - Bluzka
★★★★☆ (3)
328,00 zł
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
292,00 zł
Cena regularna: 729,00 zł



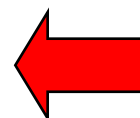
Sponsorowane ⓘ
Lacoste
- Żakiet
1 669,00 zł

Cena od zł - Cena do zł

Cena różni się od ceny regularnej
Dotyczy wybranych rozmiarów

Darmowa dostawa
przy zamówieniach powyżej 59,00 zł

Wyczyść Zapisz



Zrzut ekranu nr 17 (fragment) z dnia 13.08.2025 przedstawiający widok listy produktów w ramach zakładki „Kobiety” po wejściu w opcję filtrowania „Cena”, a następnie wybraniu filtra „Cena różni się od ceny regularnej” (filtr oznaczony strzałką). Załącznik do protokołu z 13.08.2025 r.

Kobiety > Odzież

Odzież damska


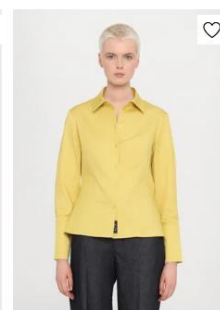




Odzież

- Sukienki
- Koszulki i topy
- Spodnie
- Jeansy
- Bluzki i koszule
- Kurtki i marynarki
- Moda plażowa
- Bluzy
- Spódnice
- Szorty
- Swetry i kardigany
- Odzież sportowa
- Kombinezony i ogrodniczki
- Plaszcze
- Bielizna
- Bielizna nocna i piżamy
- Skarpety i rajstopy
- Promocje

Sortuj Cena Marka Kampanie Rozmiar Kolor Rodzaj kolekcji

Materiał Długość Wzór Fason Wszystkie filtry

Liczba produktów: 164 024

 <p>Sponsorowane </p> <p>TOM TAILOR DENIM MODERN - Zakłēt</p> <p>213,00 zł Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 212,00 zł Cena regularna: 299,00 zł</p>	 <p>Sponsorowane </p> <p>MAX&Co. MIDTOWN - Bluzka</p> <p>★★★★☆ (3)</p> <p>328,00 zł Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 292,00 zł Cena regularna: 729,00 zł</p>	 <p>Sponsorowane </p> <p>BOSS TERESITA - Spodnie materiałowe</p> <p>★★★★★ (1)</p> <p>407,00 zł Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 192,00 zł Cena regularna: 479,00 zł</p>
 <p>Tommy Jeans CHARLIE - Wide leg</p> <p>291,00 zł Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 212,00 zł Cena regularna: 529,00 zł</p>	 <p>Okazje</p> <p>Mango - Zakłēt</p> <p>★★★★★ (1)</p> <p>189,99 zł Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 899,99 zł -63%</p>	 <p> benoke · Obserwuj</p>

Zrzut ekranu nr 18 (fragment) z dnia 13.08.2025 przedstawiający widok listy produktów w ramach zakładki „Kobiety” po wejściu w opcję filtrowania „Cena”, a następnie wybraniu filtra „Cena różni się od ceny regularnej”. Załącznik do protokołu z 13.08.2025 r.

[49] Filtr pod nazwą „Okazje” został przeniesiony do zakładki sortowania. Usunięto natomiast możliwość wyboru progów obniżki. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki:

Funkcjonalność filtrowania ma na celu zawężenie wyników wyszukiwania poprzez wyświetlanie na żądanie użytkownika wyłącznie wyników, które odpowiadają wybranym przez użytkownika kryteriom (...). Z kolei funkcjonalność sortowania nie ma na celu zawężenia wyników wyszukiwania, lecz jedynie ułożenie wyników wyszukiwania w określonej (...) kolejności (...).

Dowód: pismo Spółki z 16 maja 2025 r., pkt 8, karta nr 968-995.

[50] Analiza Serwisu wykazała, że przeniesienie filtra „Okazje” do zakładki sortowania nie wpłynęło na sposób jego działania. Po wybraniu ww. filtra „Okazje” (również po skorzystaniu z innych filtrów, np. wybraniu rozmiaru za pomocą innego filtra), użytkownikom w dalszym ciągu wyświetlają się produkty, co do których cena sprzedaży jest wyższa od deklarowanej

najniższej ceny w okresie 30 dni przed obniżką lub jej równa, bez zachowania jakiegokolwiek kolejności. W praktyce oznacza to, że tego rodzaju produkty mogą być wyświetlane również przed towarami, których cena sprzedaży (wyświetlana czerwoną czcionką) jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Ilustrują to poniższe przykładowe zrzuty ekranu.

The screenshot shows a search for 'czapka zimowa' on Zalando. The 'Sortuj' dropdown menu is open, and 'Okazje' is selected. The list of products is as follows:

Brand	Product Name	Current Price	30-Day Lowest Price	Discount %
Luisa Spagnoli	Czapka	301,00 zł	559,99 zł	-46%
Barts	Czapka	164,00 zł	215,00 zł	-25%
MICHAEL Michael Kors	Czapka	165,00 zł	415,00 zł	-60%
TATUUM	SARDA - Czapka	89,99 zł	119,99 zł	-25%
Calvin Klein	Jeans Czapka	119,00 zł	199,00 zł	-40%
WITTCHEN	Czapka	59,30 zł	89,99 zł	-34%
ASPESI	Czapka	260,00 zł	509,00 zł	-50%
LIU JO	Czapka	107,00 zł	169,00 zł	-36%
Pier One	UNISEX 2 - Czapka	52,00 zł	69,99 zł	-26%
NKN	DUO PACK UNISEX - Czapka	67,00 zł	89,99 zł	-25%
Calvin Klein	Czapka	143,00 zł	359,00 zł	-60%

Red arrows in the original image point to the Calvin Klein 'Jeans Czapka' (row 2), the ASPESI 'Czapka' (row 4), and the Calvin Klein 'Czapka' (row 6), indicating that their current sale prices are higher than their 30-day lowest prices.

Zrzut ekranu nr 19 (fragment) z dnia 01.08.2024 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Kobiety”, po wyszukaniu hasła „czapka zimowa”, po wybraniu filtra Okazje w „Sortuj” (<https://www.zalando.pl/kobiety/?q=czapka+zimowa&order=sale>). Załącznik do protokołu z 15.01.2025 r. Strzałkami zaznaczono oferty, gdy cena sprzedaży jest wyższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.

Mężczyźni > Odzież > Koszule

Koszule męskie Rozmiar L

Odzież

Bluzy

T-shirty i koszulki polo

Koszule

Koszule na co dzień

Koszule biznesowe

Swetry i kardigany

Spodnie

Jeansy

Kurtki

Płaszcz

Odzież sportowa

Dresy

Garnitury i akcesoria

Szorty

Bielizna i skarpetki

Moda plażowa

Bielizna nocna i piżamy

Promocje

Sortuj Marka **5** Rozmiar **1** Kolor Cena Długość rękawa

Popularne Typ kołnierza Krój **Wszystkie filtry**

Nowości

Najniższa cena

Najwyższa cena

Okazje

Wyczyść Zapisz



JESIEN2025 **Okazja**

Calvin Klein
- Koszula biznesowa

★★★★☆ (1)

od 214,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
227,00 zł **nawet -6%**

Cena regularna: 329,00 zł **-35%**



JESIEN2025 **Okazja**

Calvin Klein
- Koszula biznesowa

307,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
329,00 zł **-7%**

Cena regularna: 499,00 zł **-30%**



JESIEN2025 **Okazja**

Calvin Klein
- Koszula

od 297,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
349,00 zł **-15%**



JESIEN2025 **Designer**

Tiger of Sweden
ADLEY - Koszula

485,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
485,00 zł

Cena regularna: 539,00 zł



JESIEN2025 **Okazja**

Calvin Klein
- Koszula

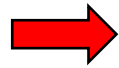
370,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
397,00 zł **-7%**

Cena regularna: 529,00 zł **-30%**



imfallou · Obserwuj

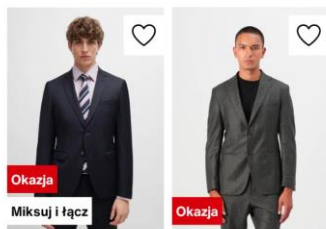


Zrzut ekranu nr 20 (fragment) z dnia 12.08.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Mężczyźni”, po wybraniu kategorii „Koszule” oraz po wybraniu po wybraniu filtra: Marka: „Tiger of Sweden” oraz „Calvin Klein (wszystkie)”, po wybraniu filtra Okazje w „Sortuj”, a także Rozmiar: „L”, z widocznym filtrem „Okazje” (https://www.zalando.pl/odziez-meska-koszule/calvin-klein.tiger-of-sweden_rozmiar-L/?order=sale). Strzałką zaznaczono ofertę, gdy cena sprzedaży jest wyższa od najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Załącznik do protokołu z 13.08.2025 r.

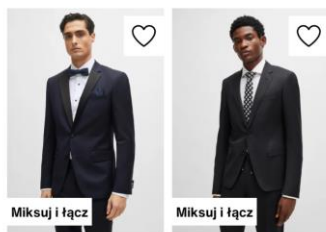
Ulubione filtry

Marka 3 Rozmiar 1 Kolor Cena

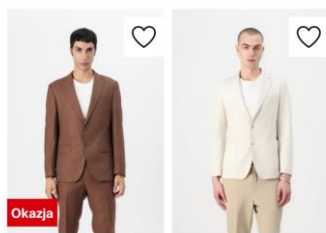
Liczba produktów: 23 ⓘ



Sponsorowane ⓘ Sponsorowane ⓘ
BOSS BOSS
H-REYMOND-B1 - ... HUGO - Marynarka ...
★★★★★ (2) ★★★★★ (2)
1 624,00 zł **1 504,00 zł**
Najniższa cena: Najniższa cena:
1 999,00 zł ~~nawet -19%~~ 1 612,00 zł ~~-7%~~
Cena regularna: 2 149,00 zł ~~-30%~~
Cena regularna: 2 499,00 zł ~~-35%~~



BOSS BOSS
Marynarka garnitur... - Marynarka garnitu...
★★★★★ (1) ★★★★★☆ (1)
1 889,00 zł **1 624,00 zł**
Najniższa cena: Najniższa cena:
1 484,00 zł 1 250,00 zł
Cena regularna: 2 699,00 zł Cena regularna: 2 499,00 zł



BOSS BOSS
HUTSON - Marynar... HANRY - Marynark...
1 259,00 zł ★★★★★☆ (1)
Najniższa cena: **800,00 zł**
1 349,00 zł ~~nawet -7%~~ Najniższa cena:
Cena regularna: 600,00 zł
1 799,00 zł ~~-30%~~ Cena regularna:
1 999,00 zł

Zrzut ekranu nr 21 (fragment) z dnia 3.10.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Mężczyźni”, po wybraniu kategorii „Marynarki garniturowe” oraz m.in. po wybraniu filtra Okazje w „Sortuj”, a także Rozmiar: „44”. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r.

Zmień sortowanie

Najniższa cena Najwyższa cena Okazje

Kategorie

Marynarki i akcesoria **Marynarki garniturowe**

Marka

Zobacz wszystkie marki

BOSS Polo Ralph Lauren Tiger of S

Kolor

Czarny Brązowy

Rozmiar (1)

XS S M L XL 3XL 5XL

Cena

Określ przedział cenowy

Cena różni się od ceny regularnej



Darmowa dostawa



Zrzut ekranu nr 22 (fragment) z dnia 3.10.2025 r. przedstawiający widok wybranych filtrów, o których mowa w zrzucie ekranu 17. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r.

- [51] Serwis Zalando.pl na dzień wydania decyzji jest zatem skonstruowany w taki sposób, że jedynie wybór zakładki „Wyprzedaż %” prowadzi do wyświetlenia produktów, co do których cena sprzedaży jest niższa niż deklarowana najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką (z zastrzeżeniem, że ceny te mogą być podane błędnie). Na wszystkich innych stronach listingu, nawet po wybraniu filtra „Okazje” w funkcjonalności „Sortuj” prezentowane są produkty, których cena zakupu jest obniżona względem ceny początkowej (obecnie: regularnej) i nie zawsze jest niższa od najniższej ceny z w okresie 30 dni przed obniżką.
- [52] Sposób prezentacji cen i obniżek, a także mechanizmów filtrowania i sortowania na etapie listingu przedstawia się podobnie w serwisie Zalando.pl w wersji desktop, wersji mobilnej oraz w aplikacji Zalando.
- [53] Po kliknięciu w produkt na stronie listingu użytkownik przenoszony jest na stronę produktu.

Informacje o obniżce cen na karcie produktu

- [54] Na karcie produktu widnieje nazwa produktu, a poniżej cena sprzedaży. W przypadku zastosowania obniżki pod ceną sprzedaży znajdują się informacje o obniżce. W toku postępowania Spółka wielokrotnie modyfikowała sposób przedstawiania obniżki, w szczególności na karcie produktu, co ilustrują poniższe zrzuty ekranu. Różne modele prezentowania cen obniżonych były wykorzystywane równolegle.


The screenshot displays the Zalando website interface for a product page. At the top, there are navigation links for 'Kobiety', 'Mężczyźni', and 'Dzieci', along with the Zalando logo and a search bar. Below the navigation, there are category tabs: 'Nowości', 'Odzież', 'Obuwie', 'Sport', 'Akcesoria', 'Beauty', 'Premium', 'Promocje %', and 'Pre-owned'. The main content area features a large image of a woman wearing a pink, sleeveless, form-fitting cocktail dress. To the left of the main image are five smaller thumbnail images showing different views of the dress. To the right of the main image, the product name 'Even&Odd Sukienka koktajłowa' is displayed in bold, followed by the current price '178,00 zł' and the original price 'Cena początkowa: 209,00 zł -15%'. Below the price, the color 'Kolor: pink' is indicated. A size selection dropdown menu is set to 'XS', with a note above it stating 'Rozmiarówka jest zaniżona - zalecamy wybór większego rozmiaru.' Below the size selection, there is a 'Dodaj do koszyka' button and a heart icon for wishlists. Further down, there is a badge that says 'Wykonano z użyciem: Materiały z recyklingu' and a link to 'Sprawdź te informacje'. At the bottom of the page, there is a section for shipping and delivery, indicating 'Sprzedaż i dostawa przez zalando' and 'Pon 29 Maj - Czw 1 Cze za darmo'.

Zrzut ekranu nr 23 (fragment) z dnia 26.05.2023 r. ze strony www.zalando.pl/evenandodd-sukienka-koktajlowa-pink-ev421c1bl-j11.html po wyborze rozmiaru. Załącznik do protokołu z dnia 22 czerwca 2023 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-4 nb. 33 w wariantach z jedną ceną odniesienia.

Ulubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>


Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium Promocje % Pre-owned Szukaj



Lee
PLAIN - Bluza
149,00 zł w tym VAT
od: 299,00 zł nawet 50% taniej

Kolor: **niebieski**



Rozmiarówka jest zaniżona – zalecamy wybór większego rozmiaru.

Wybierz rozmiar

Dodaj do koszyka

Czw 8 Lut - Pon 12 Lut **za darmo**
Przesyłka standardowa


Bezpłatna przesyłka i zwrot

Zrzut ekranu nr 24 (fragment) z dnia 02.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_lee-bluz-a-emperor-navy-le422s04p-k11.html_size=L. Załącznik do protokołu z dnia 21 sierpnia 2025 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-4 i 6 nb. 33 bez wskazania wprost ceny odniesienia.

Skorzystaj z 50 zł zniżki na wybrane produkty przy zakupach za min. 250 zł podczas Stylowych Zakupów Nie przegap okazji - użyj kodu STYLOWE50 i weź udział w największej akcji rabatowej w Polsce >>


Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium Promocje % Pre-owned Szukaj



CHASIN'
Bluza
280,14 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 280,15 zł
Cena regularna: 420,39 zł -33%

Kolor: **beżowy**



Rozmiarówka jest zawyżona – zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

L (Pozostał tylko 1 egzemplarz)

Dodaj do koszyka

Dostawa przez Zalando, sprzedaż przez CHASIN'.

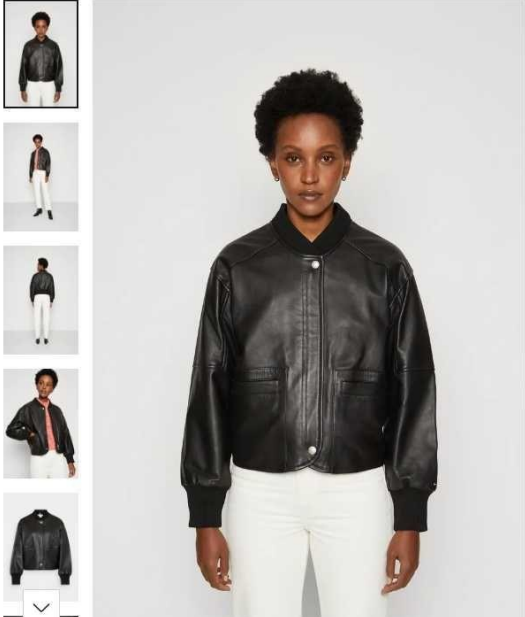
Czw 28 Mar - Pią 29 Mar **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 25 (fragment) z dnia 26.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl/chasin-bluz-a-beise-cz522s03i-b11.html?size=L. Z www.zalando.pl/chasin-bluz-a-beise-cz522s03i-b11.html?size=L załącznik do protokołu z dnia 21.08.2025 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-4 nb. 33 w wariancie z dwiema cenami odniesienia. Procentowe wskazanie wielkości „obniżki” widoczne jest tylko przy jednej z cen odniesienia. Wartość ta wskazana jest przy pomocy czwartej czcionki.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj



Tommy Hilfiger
Kurtka skórzana

1 559,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~1 559,00 zł~~
Cena regularna: ~~2 599,00 zł~~ -40 %

Kolor: czarny

34 (Pozostał tylko 1 egzemplarz)

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez zalando

Śro 17 Kwi - Pon 22 Kwi **4,99 zł**
Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

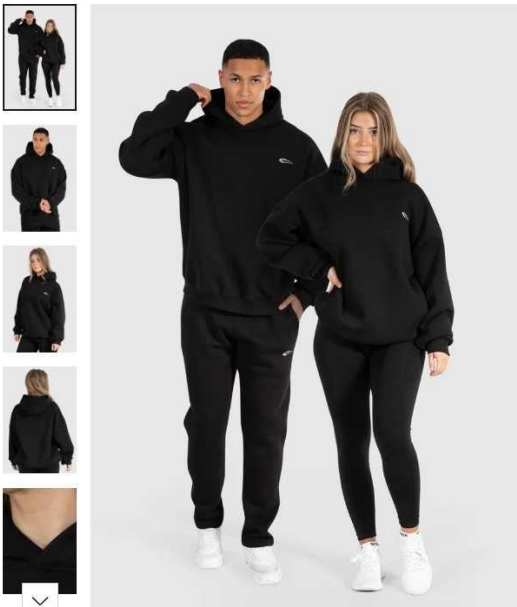
100-dniowe prawo zwrotu

Zrzut ekranu nr 26 (fragment) z dnia 11.04.2024 r. ze strony www.zalando.pl/tommy-hilfiger-jacket-kurtka-skorzana-black-to121u0lk-q11.html. Załącznik do protokołu z dnia 28 sierpnia 2025 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 3-4 nb. 33 w wariantach z dwiema cenami odniesienia. Procentowe wskazanie wielkości „obniżki” widoczne jest tylko przy jednej z cen odniesienia. Wartość ta wskazana jest przy pomocy szarej czcionki.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj



Smilodox
UNISEX ROCCO - Bluza z kapturem

219,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~87,00 zł~~ +152 %
Cena regularna: ~~257,00 zł~~ -15 %

Kolor: czarny

L

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez Smilodox.

Śro 17 Kwi - Pon 22 Kwi **za darmo**
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot

100-dniowe prawo zwrotu

Zrzut ekranu nr 27 (fragment) z dnia 11.04.2024 r. ze strony www.zalando.pl/smilodox-bluza-z-kapturem-schwarz-smd44j002-q11.html_size=L. Załącznik do protokołu z dnia 21 sierpnia 2025 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 3-4 nb. 33 w wariantach z dwiema cenami odniesienia. Procentowe wskazanie wielkości „obniżki” przy najniższej cenie z 30 dni przed obniżką jest dodatkowo (podwyżką).

Końcówka letniej wyprzedaży Nie przegap ostatnich okazji >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci


zalando

PL

Odzież Obuwie Sport Bielizna i piżamy Akcesoria i zabawki Designer Premium Wyprzedaż % Inspiracje

Szukaj

Dzieci



POLO RALPH LAUREN - KURTKA JEANSOWA

288,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 324,00 zł -11%
Cena regularna: 719,00 zł -60%

Kolor: juni wash

117-123 (Pozostałych egzemplarzy: tylko 2)

Dodaj do koszyka

Sprzedaj i dostaw przez przedsiębiorcę Zalando

Wto 29 Lip - Śro 30 Lip za darmo
Przesyłka standardowa

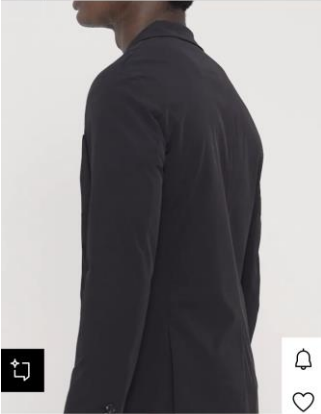
Bezpłatna przesyłka i zwrot

30-dniowe prawo zwrotu

Odsprzedaj swoje rzeczy

Zrzut ekranu nr 28 (fragment) z dnia 28.07.2025 r. ze strony <https://www.zalando.pl/polo-ralph-lauren-logo-cotton-denim-boxy-jacket-kurtka-jeansowa-juni-wash-po223r000-k11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 28.07.2025 r. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 3-4 nb. 33 w wariantach z dwiema cenami odniesienia.

Armani Exchange
- Marynarka



Armani Exchange
- Marynarka

934,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 934,00 zł
Cena regularna: 1 099,00 zł

Kolor: black

4

Dodaj do koszyka

Ustaw przypomnienie

Zrzut ekranu nr 29 (fragment) z dnia 3.10.2025 r. z aplikacji Zalando przedstawiający kartę produktu Armani Exchange - Marynarka. Na ww. karcie produktu wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 5 nb. 33 (nieprzekreślone dwie ceny odniesienia bez wyraźnego wskazania podwyżki ceny w postaci wartości procentowej). Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r.

[59] Ten sam produkt w zależności od rozmiaru może być sprzedawany bez obniżki i po obniżce. Na zrzucie ekranu poniżej widać, że kamizelka ICHI (przed wyborem rozmiaru) jest oferowana w różnych cenach, o czym świadczy czerwona cena sprzedaży z dopiskiem „od 192 zł”, która jest najniższą bieżącą ceną sprzedaży tego produktu. Pod ceną sprzedaży widnieje „najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką” z dopiskiem „nawet -1%”, który wskazuje na różną wielkość obniżki. Pod informacją o cenie widnieją inne wersje kolorystyczne produktu oraz sekcja wyboru rozmiaru i przycisk „Dodaj do koszyka”.

Sezonowe obniżki czas START! Nie przegap rabatów na letnie stylizacje >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci

zalando

PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned

Szukaj

Okazja

ICHI
- Kamizelka

od 192,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 194,00 zł **nawet -1%**

Cena regularna: 219,00 zł **nawet -12%**

Kolor: total eclipse c.dancer

Wybierz rozmiar

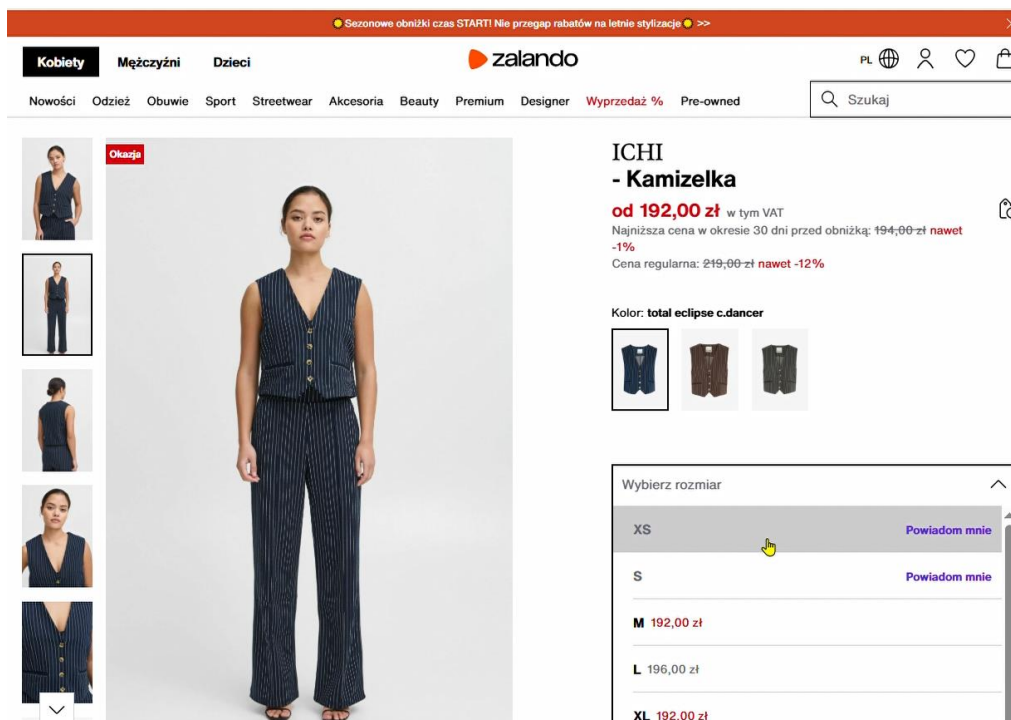
Dodaj do koszyka

Pię 13 Cze - Pon 16 Cze Przesyłka standardowa **za darmo**

Bezpłatna przesyłka i zwrot

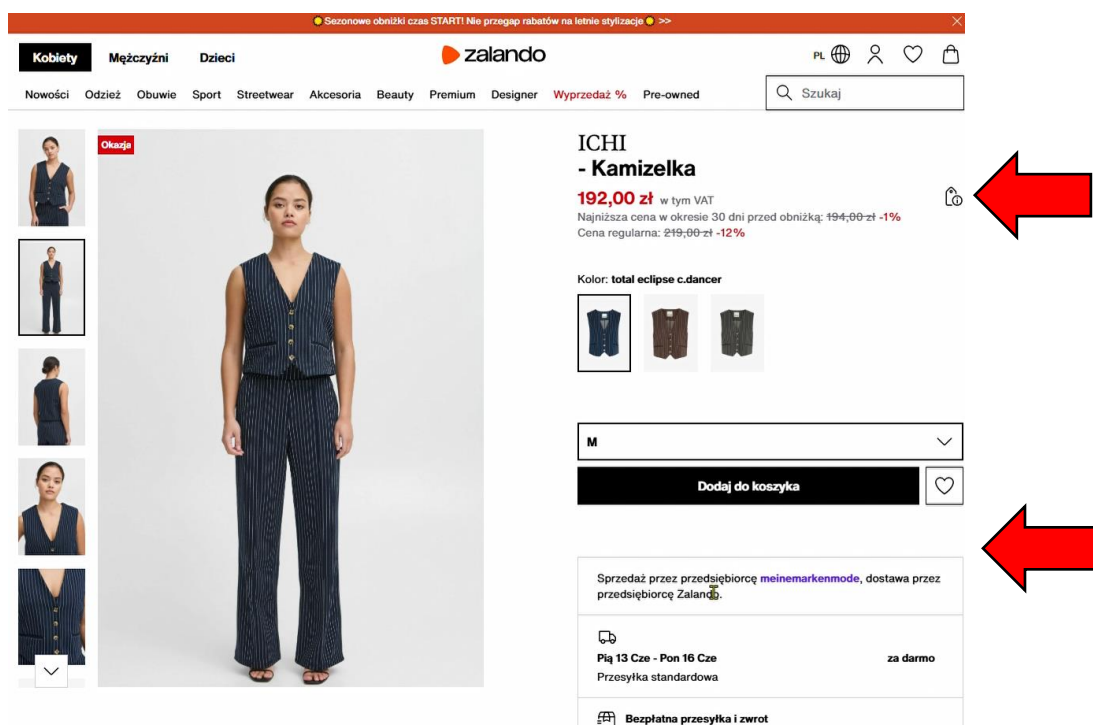
Zrzut ekranu nr 30 (fragment) z dnia 12.06.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/ichi-kamizelka-total-eclipse-cdancer-ic221i0h1-k11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 14.07.2025 r.

[60] Po rozwinięciu listy dostępnych rozmiarów widać, że rozmiary M i XL są oferowane w obniżonej cenie (192 zł), a rozmiar L jest oferowany w cenie bez obniżki (196 zł) (wskazane strzałką). Opisaną sytuację prezentuje zrzut ekranu nr 31.



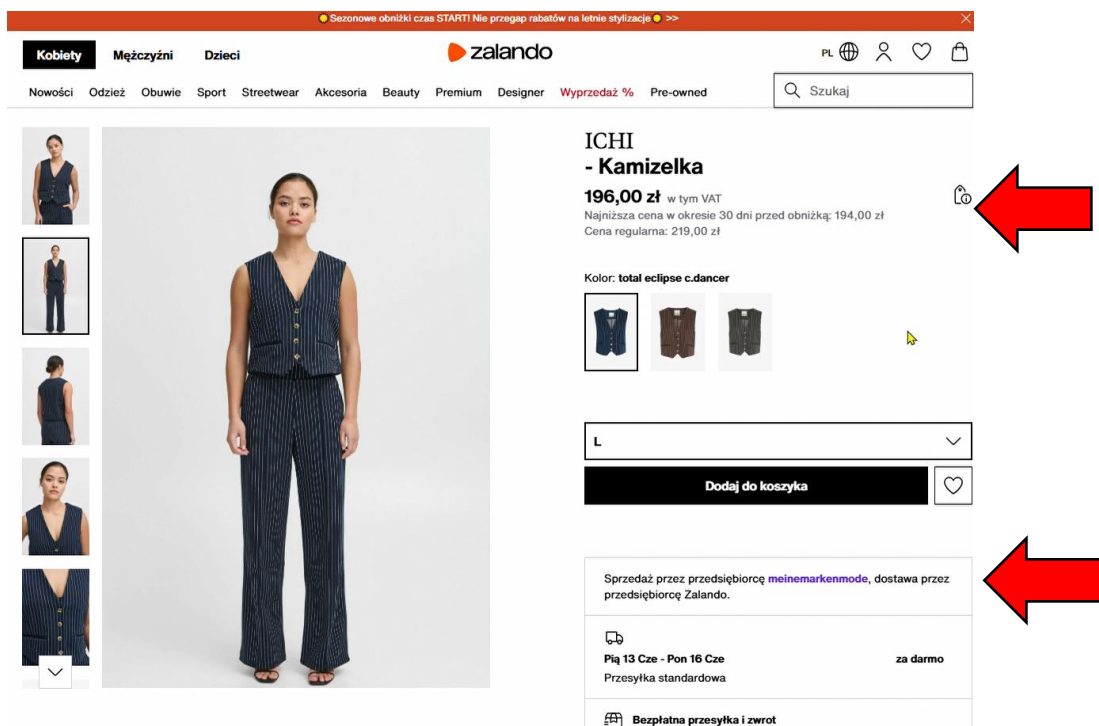
Zrzut ekranu nr 31 (fragment) z dnia 12.06.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/ichi-kamizelka-total-eclipse-cdancer-ic221i0h1-k11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 14.07.2025 r.

- [61] Po wyborze rozmiaru M, na czerwono wyświetla się obniżona cena produktu (192 zł, wskazane strzałką na zrzucie nr 31) wraz z informacją, że sprzedaż i dostawa będzie realizowana przez mainemarkenmode (wskazane strzałką na zrzucie nr 32).



Zrzut ekranu nr 32 (fragment) z dnia 12.06.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/ichi-kamizelka-total-eclipse-cdancer-ic221i0h1-k11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 14.07.2025 r.

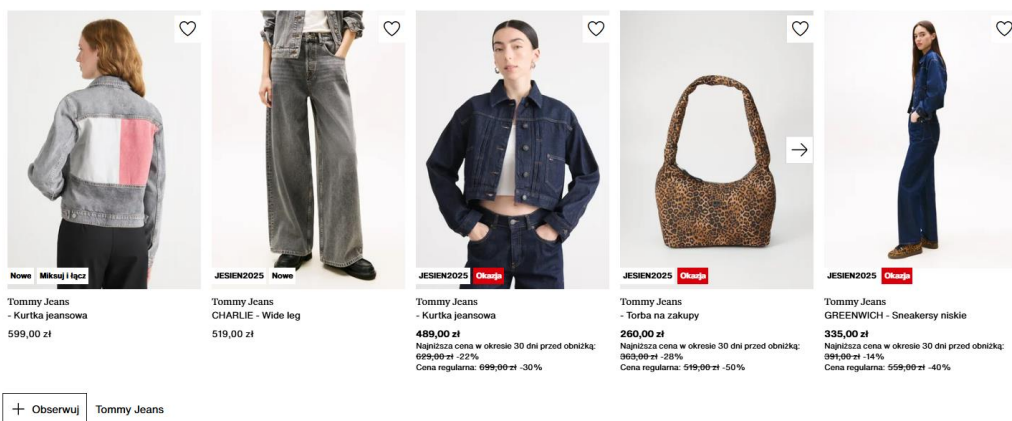
- [62] Po wyborze rozmiaru L, na czarno wyświetla się cena bez obniżki (196,00 zł, wskazane strzałką na zrzucie ekranu nr 31) wraz z informacją, że sprzedaż i dostawa będzie realizowana przez przedsiębiorcę meinemarkenmode (wskazane strzałką na zrzucie nr 33).



Zrzut ekranu nr 33 (fragment) z dnia 12.06.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/ichi-kamizelka-total-eclipse-cdancer-ic221i0h1-k11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 14.07.2025 r.

Informacje o obniżce cen w podpowiedziach zakupowych

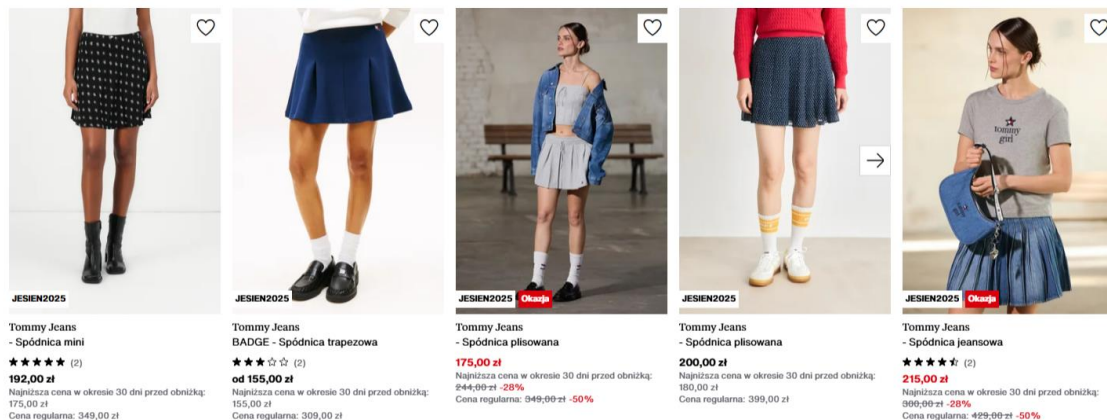
- [63] Informacja o obniżce cen jest zamieszczana także w podpowiedziach zakupowych. Konsument może zostać przekierowany na stronę produktu, klikając w produkt w ramach podpowiedzi zakupowych. Podpowiedzi zakupowe wyświetlają się na stronie głównej Serwisu w ramach zakładki „Kobiety”, „Mężczyźni” lub „Dzieci” oraz w aplikacji, stronach poszczególnych marek, na karcie produktu oraz w koszyku. Podpowiedzi zakupowe umieszczone są na całej stronie głównej oraz na stronie marki, a w przypadku karty produktu oraz w koszyku znajdują się pod właściwą treścią.
- [64] Obniżki w ramach podpowiedzi zakupowych prezentowane w sposób zbliżony do obniżek na listingu. Prezentację obniżek w podpowiedziach zakupowych przedstawiają poniższe przykładowe zrzuty ekranu:



Zrzut ekranu nr 34a (fragment) z dnia 26.09.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/kobiety-home/> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r. W ramach ww. odpowiedzi zakupowych wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1, 3-5 nb. 33.

Więcej od Tommy Jeans

Zobacz więcej →



Zrzut ekranu nr 34b (fragment) z dnia 26.09.2025 ze strony <https://www.zalando.pl/tommy-jeans-tjw-mini-pleated-skirt-spodnica-plisowana-black-tob21b09m-q11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r. W ramach ww. odpowiedzi zakupowych wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-5 nb. 33.

W analogiczny sposób Spółka przedstawia odpowiedzi zakupowe w widoku mobilnym Serwisu, a także w aplikacji.

Więcej od Calvin Klein

[Zobacz więcej →](#)



Calvin Klein

Bluza

331,00 zł

Najniższa cena:

305,00 zł

Cena regularna:

509,00 zł



Calvin Klein

- Bluza

od 322,00 zł

★★★★☆ (19)

Najniższa cena:

246,00 zł

Cena regularna:

379,00 zł

Sponsorowane przez nasze marki

Rekomendacje



Sponsorowane

Calvin Klein

UNISEX - T-shirt z ...

★★★★☆ (1)

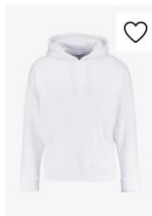
125,00 zł

Najniższa cena:

161,00 zł -22%

Cena regularna:

190,00 zł -30%



Sponsorowane

Urban Classics

BLANK HOODY - B...

★★★★☆ (705)

94,00 zł

Najniższa cena:

84,00 zł

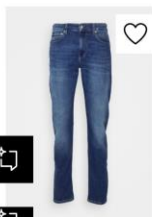
Cena regularna:

159,00 zł

Razem lepiej

Inni oglądali też:

[Zobacz więcej →](#)



Calvin Klein Jeans

- Jeansy Slim Fit

★★★★★ (2)

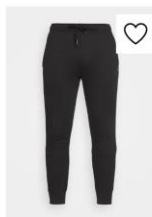
314,00 zł

Najniższa cena:

269,00 zł

Cena regularna:

449,00 zł



Calvin Klein Golf

- Spodnie treningo...

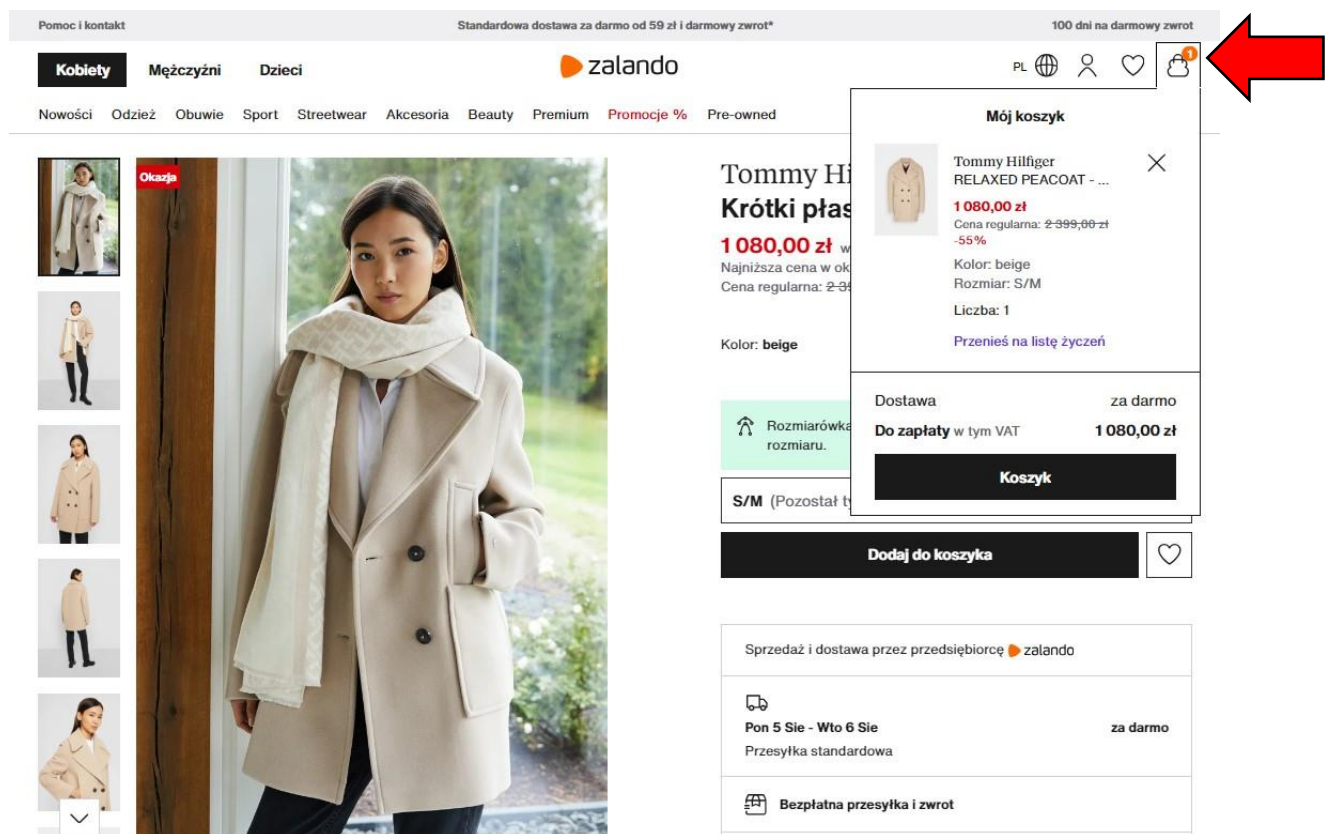
★★★★☆ (126)

449,00 zł

Zrzut ekranu nr 35 (fragment) z dnia 4.09.2025 przedstawiający element podpowiedzi zakupowych na karcie produktu Calvin Klein - bluza. Załącznik do protokołu z dnia 9.09.2025 r. W ramach ww. podpowiedzi zakupowych wykorzystano sposoby informowania o obniżce opisane w pkt 1-5 nb. 33.

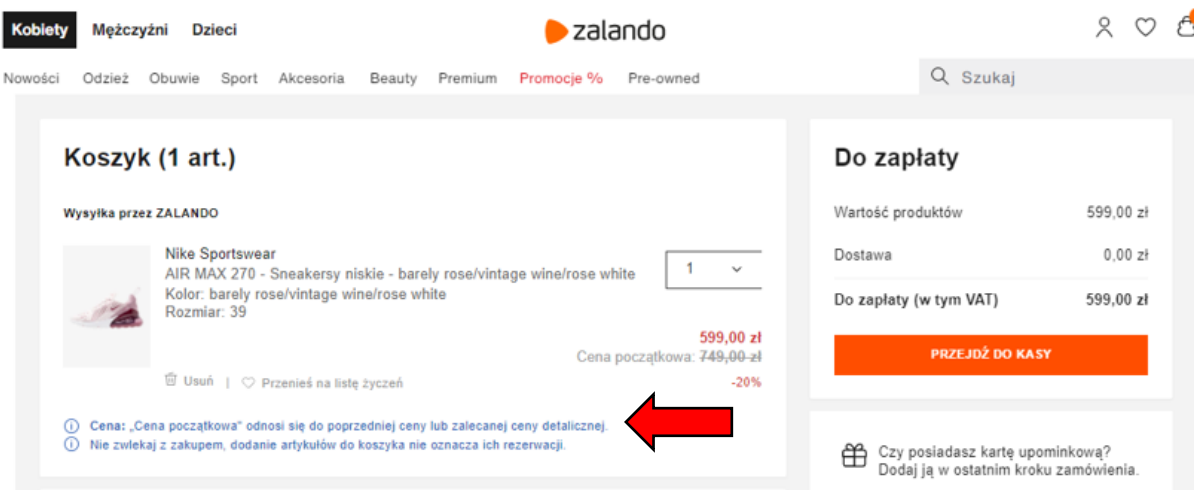
Informacje o obniżce cen w koszyku

- [65] Po dodaniu produktu do koszyka konsumentowi wyświetla się miniaturka koszyka z jego zawartością. Miniaturka ta wyświetla się także po najechaniu kursorem na ikonę torby zakupowej (strzałka poniżej). Użytkownik może przenieść się na etap koszyka, klikając w ikonę w prawym górnym rogu serwisu Zalando.pl (wyświetla się na każdym etapie). W sytuacji gdy użytkownik uprzednio wyświetlił kartę produktu i kliknął „Dodaj do koszyka” użytkownik zostaje przeniesiony na etap koszyka, w którym znajduje się lista dodanych produktów. Po kliknięciu przycisku „Przejdź do kasy”, konsument jest przekierowany na stronę logowania, a następnie do strony, gdzie wybiera adres dostawy i w następnym kroku metodę płatności.
- [66] Do 26 lipca 2023 r. informacja o obniżce ceny z wykorzystaniem przekreślenia ceny i wskazania procentowej wielkości oszczędności względem ceny początkowej pojawiała się na etapie koszyka. Sposób wyświetlania informacji na omawianym etapie przedstawiał się następująco:



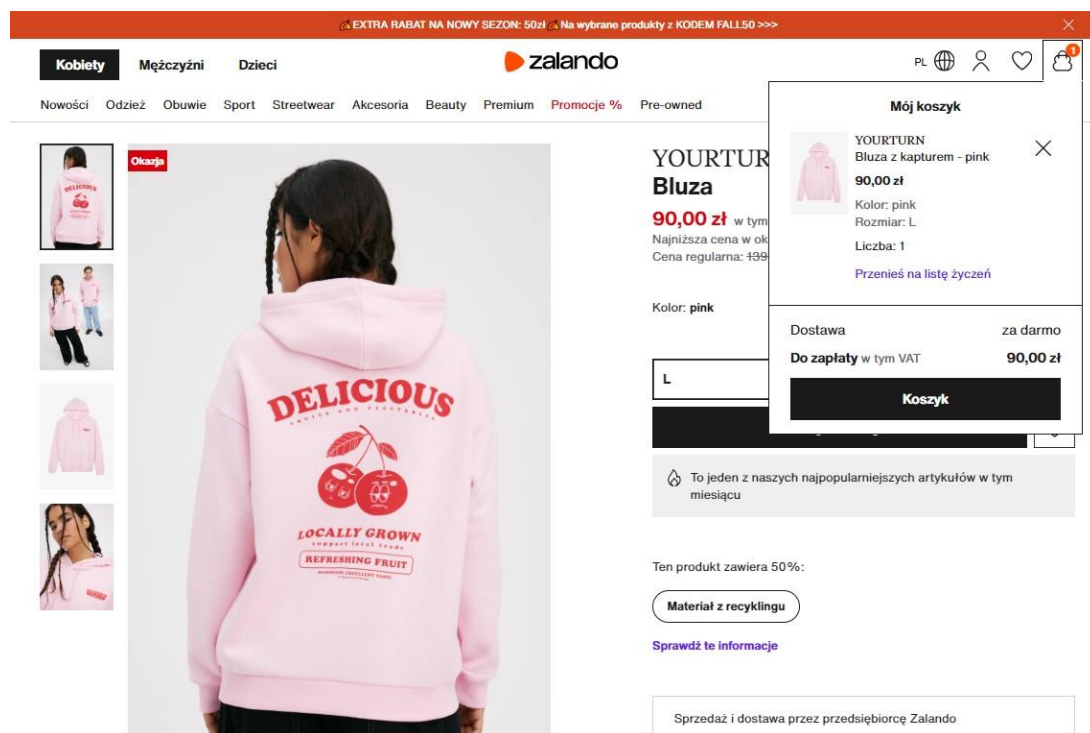
The screenshot shows the Zalando website interface. At the top, there are navigation links for 'Kobiety', 'Mężczyźni', and 'Dzieci', along with the Zalando logo and a shopping cart icon with a notification badge. A red arrow points to this shopping cart icon. Below the navigation, there is a main product image of a woman wearing a beige coat, with a smaller thumbnail on the left. To the right of the main image, the product details are displayed: 'Tommy Hilfiger Krótki płaszcz', price '1 080,00 zł', and a 'Dodaj do koszyka' button. A shopping cart popup is overlaid on the right side, showing the product name 'Tommy Hilfiger RELAXED PEACOCK - ...', price '1 080,00 zł', and a 'Koszyk' button. Below the product details, there is a section for delivery and shipping information, including 'Dostawa za darmo' and 'Do zapłaty w tym VAT 1 080,00 zł'.

Zrzut ekranu nr 36 (fragment) z 2.08.2024 r. ze strony <https://www.zalando.pl/tommy-hilfiger-relaxed-peacock-krotki-plaszcz-beige-to121u0l6-b11.html> w wersji desktop. Załącznik do protokołu z 2.08.2024 r. Strzałką oznaczono koszyk.



Zrzut ekranu nr 37 (fragment) z dnia 21.06.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/cart/> widok zawartości koszyka z prezentacją informacji o obniżce i definicją „ceny początkowej” (wskazane strzałką). Załącznik do protokołu z dnia 21.06.2023 r.

[67] Od 26 lipca 2023 r. Spółka zaprzestała prezentowania informacji o obniżce na tym etapie, (wszystkie elementy ceny zaczęły być wyświetlane w kolorze czarnym), co przedstawia zrzut poniżej.



Zrzut ekranu nr 38 (fragment) z 17.09.2024 r. ze strony <https://www.zalando.pl/yourturn-bluzka-pink-yo121017f-j11.html>. Załącznik do protokołu z 27.09.2024 r.

W analogiczny sposób Spółka przedstawiała produkty w koszyku w widoku mobilnym Serwisu, a także w aplikacji.


EXTRA RABAT NA NOWY SEZON: 50zł Na wybrane produkty z KODEM FALL50 >>>

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned

Koszyk (1 art.)

Wysyłka przez Zalando
Jutro, 18.09 - czw., 19.09



YOURTURN
Bluza z kapturem - pink

90,00 zł

Kolor: pink
Rozmiar: L

[Przenieś na listę życzeń](#)

v
x

Wartość produktów	90,00 zł
Dostawa	0,00 zł
Do zapłaty w tym VAT 90,00 zł	
Przejdź do kasy	
Akceptujemy	

Kody rabatowe i karty upominkowe (opcjonalnie) v

ⓘ Nie zwlekaj z zakupem, dodanie artykułów do koszyka nie oznacza ich rezerwacji.


Zrzut ekranu nr 39 (fragment) z 17.09.2024 r. ze strony <https://www.zalando.pl/cart/> w wersji desktop.
Załącznik do protokołu z 27.09.2024 r.

EXTRA RABAT NA NOWY SEZON: 50zł Na wybrane produkty z KODEM FALL50 >>>

zalando

Koszyk (1 art.)

Wysyłka przez Zalando
Jutro, 18.09 - czw., 19.09



YOURTURN
Bluza z kapturem - pink

90,00 zł

Kolor: pink
Rozmiar: L


v x

[Przenieś na listę życzeń](#)

ⓘ Nie zwlekaj z zakupem, dodanie artykułów do koszyka nie oznacza ich rezerwacji.

Koszyk

Wysyłka przez Zalando
Jutro, 18.09 - czw., 19.09



YOURTURN
Bluza z kapturem - pink

90,00 zł


Kolor: pink
Rozmiar: L

Liczba: 1


Być może spodoba Ci się...

Wybrane dla Ciebie ⓘ

[Zobacz więcej →](#)

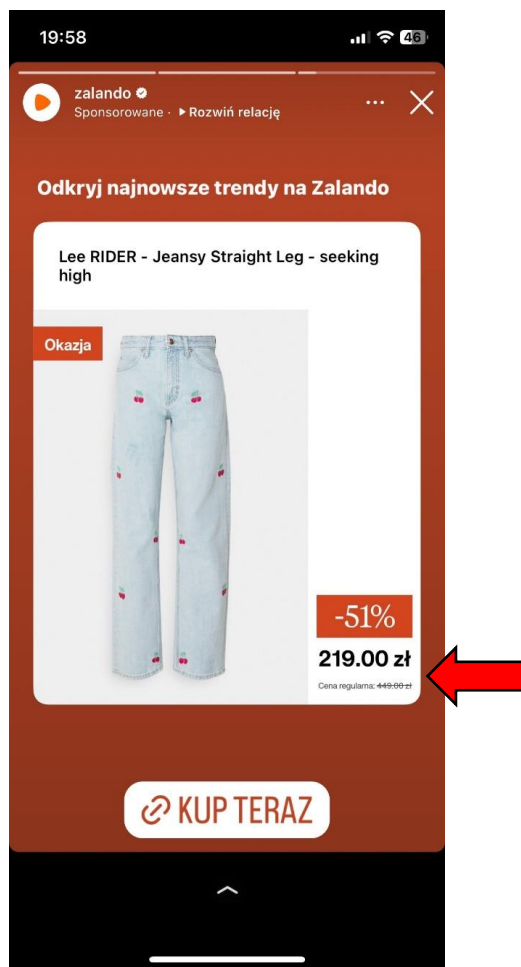


adidas Originals
3MC UNISEX - Sne...
349,00 zł



adidas Originals
ADIBREAK - Bluzk...
199,00 zł

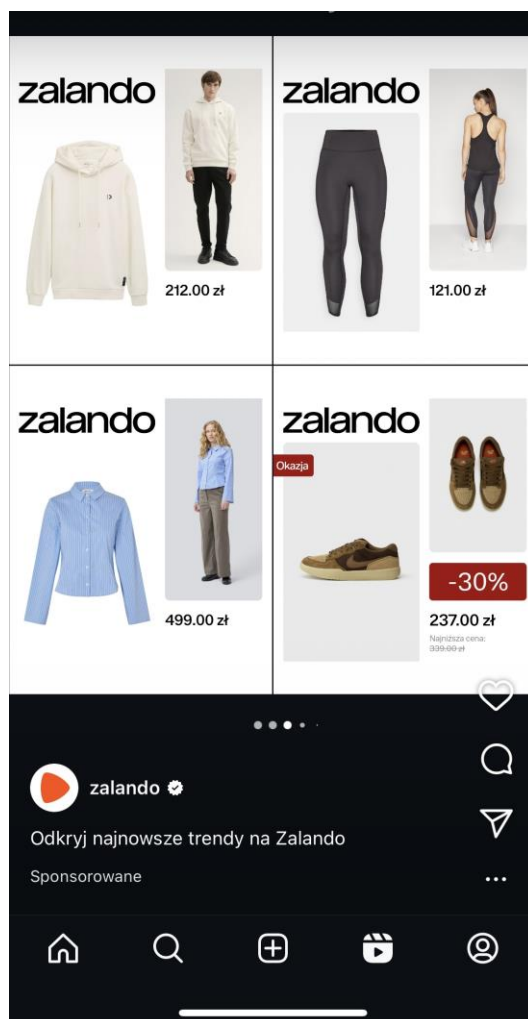
Dostawa	0,00 zł
Do zapłaty w tym VAT 90,00 zł	
Kasa	



Zrzut ekranu nr 43 z dnia 2.09.2024 r. ze strony <https://www.instagram.com/> w wersji mobilnej, załącznik do pisma konsumenta z 9.09.2024 r. RPW/64668/2024. Strzałką oznaczono informację o obniżce.

Zrzut ekranu nr 44 z dnia 2.09.2024 r. ze strony <https://www.instagram.com/> w wersji mobilnej, załącznik do pisma konsumenta z 9.09.2024 r. RPW/64668/2024. Strzałką oznaczono informację o obniżce.

[71] Spółkę przedstawiła pochodzące z dni 19-22 września 2025 r. reklamy, wyświetlane na „platformie Meta”, w których obniżka przedstawiana była względem „najniższej ceny”. Sam mechanizm przedstawiania obniżki (przekreślenie ceny, procentowe przedstawienie oszczędności) nie uległ zmianie.



Zrzut ekranu nr 45 - załącznik do pisma Spółki z dnia 16 października 2025 r.

- [72] Kliknięcie w reklamę konkretnego produktu powoduje przekierowanie na stronę produktu. W przypadku reklam, na których nie jest prezentowany konkretny produkt, użytkownik jest przekierowywany na stronę konkretnej marki lub do określonej kategorii produktów. W przypadku gdy produkt nie jest już dostępny (np. został wyprzedany), użytkownik jest przekierowany automatycznie na stronę główną.

Dowód: pismo Spółki z dnia 4 sierpnia 2025 r., karta nr 1057-1492

Etykieta „Okazja”

- [73] Jak wskazano w nb. 33 oznaczenie produktu czerwoną etykietą o nazwie „Okazja” (tekst zapisany białą czcionką) stanowi jedną z form informowania o obniżce w serwisie Zalando.pl i współistnieje z innymi sposobami informowania o obniżce. Etykieta „Okazja” jest prezentowana w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie marki, na stronie listingu oraz na karcie produktu w serwisie Zalando.pl, co ilustrują przykładowo zrzuty ekranu nr 2, 3, 4, 12, 13, 32 i 34).

- [74] Do 21 lipca 2023 r. omawiana etykieta była stosowana w sytuacji, gdy cena zakupu była niższa od ceny regularnej (por. zrzut ekranu nr 23, 53). Od 21 lipca 2023 r. Spółka oznacza etykietą „Okazja” oferty, w których podana cena sprzedaży jest niższa od najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki (por. zrzut ekranu nr 25-27). W tym przypadku również cena sprzedaży i wielkość obniżki oznaczane są na czerwono. Zdarzają się jednak przypadki odstępstw od tej reguły, w przypadku których cena oraz informacja o korzyściach cenowych jest prezentowana na czarno pomimo oznaczenia oferty etykietą okazja (por. np. zrzut ekranu nr 7, oferta oznaczona strzałką).
- [75] W przypadku, gdy produkt występuje w kilku rozmiarach, na listingu wyświetlana jest najniższa cena sprzedaży i najniższa cena z 30 dni przed obniżką (najniższa ze wszystkich dostępnych dla poszczególnych rozmiarów), niezależnie od wybranego przez konsumenta przy pomocy udostępnionych filtrów rozmiaru. W praktyce oznacza to, że pomiędzy listingiem, a kartą produktu dla tego rozmiaru mogą zachodzić różnice również dotyczące etykiety „Okazja” (więcej na ten temat w nb. 73-78).
- [76] Poniższy przykład ilustruje rozbieżności w zastosowaniu etykiety „Okazja” pomiędzy listingiem a kartą produktu. Na listingu wyszukiwany produkt (trampki w rozmiarze 31) oznaczony jest etykietą „Okazja”, po przejściu na kartę produktu ww. etykieta nie jest już wyświetlana.

← Trampki i snea... 🔍 ❤️ 🛒


Filtr 2

Sneakersy niskie Wysokie

Ulubione filtry

Rozmiar 1 Marka 1 Płeć Wiek

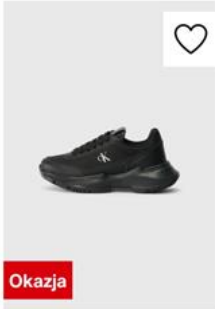
Liczba produktów: 13 ⓘ



Calvin Klein Jeans
MANHATTAN UNISEX - Sneakersy niskie

od **237,00 zł**

Najniższa cena: 237,00 zł
Cena regularna: 339,00 zł



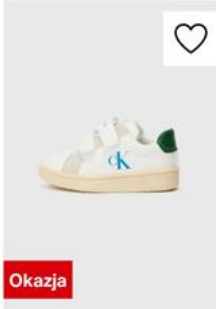
Calvin Klein Jeans
LEA UNISEX - Sneakersy niskie

Okazja

★★★★☆ (1)

od **272,00 zł**

Najniższa cena: 292,00 zł -7%
Cena regularna: 389,00 zł -30%

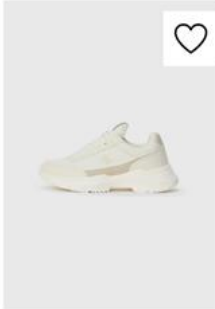


Calvin Klein Jeans
BACK UNISEX - Sneakersy niskie

Okazja

od **188,00 zł**

Najniższa cena: 215,00 zł **nawet -13%**
Cena regularna: 269,00 zł -30%



Calvin Klein Jeans
LEA UNISEX - Sneakersy niskie

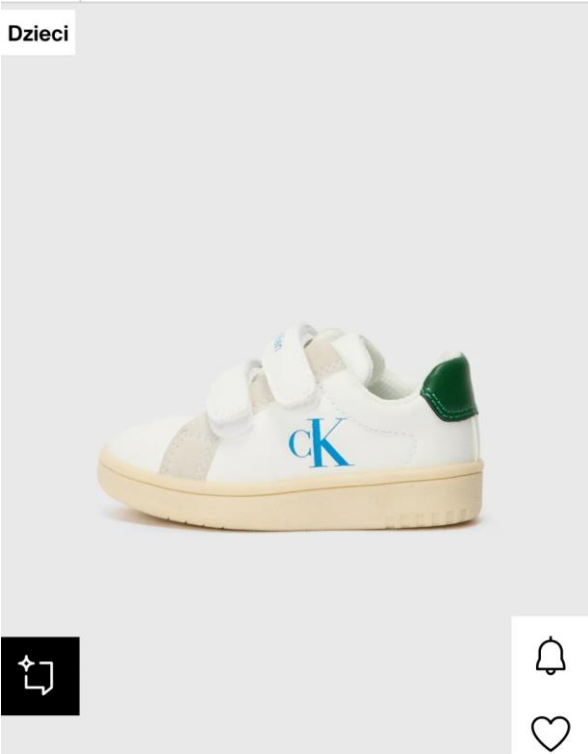
od **350,00 zł**





Najniższa cena: 272,00 zł
Cena regularna: 389,00 zł

Zrzut ekranu nr 46 (fragment) z dnia 7.10.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Dzieci”, po wybraniu kategorii „Trampki i sneakersy” oraz po wybraniu po wybraniu filtra: Rozmiar: „31”, Marka: „Calvin Klein Jeans”, a także po wybraniu filtra Okazje w „Sortuj” (strona pierwsza ww. listy produktów) w aplikacji Zalando. Załącznik do protokołu z 24.11.2025 r

← Calvin Klein Jeans
BACK UNISEX - Sneakersy nis... 🔄

Dzieci









Calvin Klein Jeans
BACK UNISEX - Sneakersy niskie


209,00 zł w tym VAT ⓘ

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 239,00 zł -13%
Cena regularna: 299,00 zł -30%


Kolor: white/grey/green




31







Dodaj do koszyka



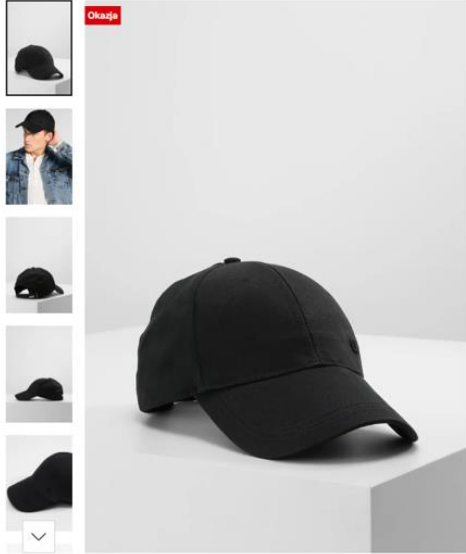
 [Ustaw przypomnienie](#)

Zrzut ekranu nr 47 (fragment) z dnia 7.10.2025 r. przedstawiający przedstawiający kartę produktu Calvin Klein Jeans BACK UNISEX - Sneakersy niskie w aplikacji Zalando. Załącznik do protokołu z 24.11.2025 r

Skorzystaj z 15% rabatu na wiosenne okazje. Z kodem MAJOWE15 kolekcje na ciepłe dni kupisz taniej >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    


Inspiracje Odzież Obuwie Sport Bielizna Akcesoria i zabawki Designer Marki **Promocje %**




Calvin Klein
Czapka z daszkiem
111,00 zł w tym VAT
 Cena początkowa: 159,00 zł -30%


★★★★★ 34


Kolor: black



One Size





Dodaj do koszyka 

Sprzedaj i dostawa przez 


 Wto 16 Maj - Czw 18 Maj za darmo
 Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 48 (fragment) z dnia 15.05.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/calvin-klein-baseball-unis-czapka-z-daszkiem-black-6ca52p001-q11.html> (karta produktu bez wyboru rozmiaru). Załącznik do protokołu z dnia 21.06.2023 r.

Skorzystaj z 15% rabatu na wiosenne okazje. Z kodem MAJOWE15 kolekcje na ciepłe dni kupisz taniej >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned




U.S. Polo Assn.
2ER PACK V NECK - T-shirt basic
143,00 zł w tym VAT
 Cena początkowa: 239,00 zł -40%


★★★★☆ 6

Kolor: **szwarz**

M (Pozostał tylko 1 egzemplarz)

Dodaj do koszyka 

Dostawa przez Zalando, sprzedaj przez [fashioncore.de](https://www.fashioncore.de)




 **Pią 19 Maj - Wto 23 Maj** **4,99 zł**
 Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

Zrzut ekranu nr 49 (fragment) z dnia 16.05.2023 r. ze strony www.zalando.pl/us-polo-assn-t-shirt-basic-schwarz-us222o033-q11.html (karta produktu z wyborem rozmiaru). Załącznik do protokołu z dnia 8.08.2025 r.

[82] Wśród 22 produktów w jednym rozmiarze (tzw. onesize), których cenę losowo zweryfikowano w dniu 30 maja 2023 r. jedynie 3 produkty zawierały informację o najniższej cenie z 30 dni. Tym samym aż 19 produktów z ww. próby w tej dacie jako punkt odniesienia zawierało wyłącznie cenę początkową.

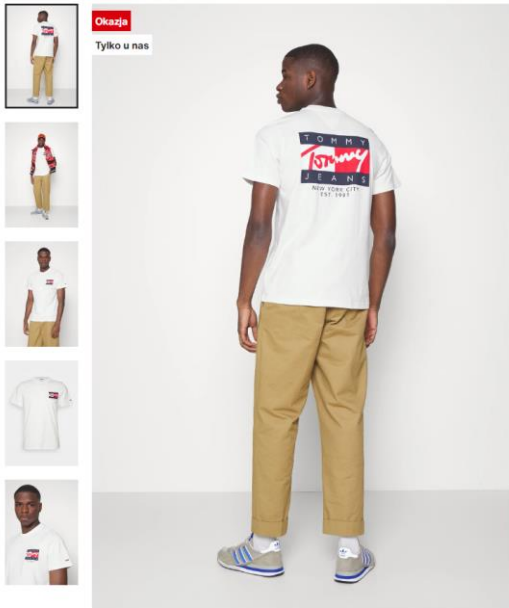
Dowód: protokół z dnia 17 listopada 2023 r., karta nr 669-670; oraz protokół z dnia 29 stycznia 2024 r. karta nr 675-677

Pomoc i kontakt DARMOWA DOSTAWA I ZWROT* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando**   

Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj

Okazja
Tylko u nas




Tommy Jeans
VINTAGE FLAG SIGNATURE TEE UNISEX - T-shirt z nadrukiem


125,00 zł w tym VAT
Ostatnia najniższa cena: 134,00 zł -7%
Cena początkowa: 179,00 zł -30%


★★★★★ 2

Kolor: **ivory**



XL




Dodaj do koszyka 

Wykonano z użyciem:
 **Odpowiedzialnie pozyskiwane materiały**

[Sprawdź te informacje](#)


Zrzut ekranu nr 51 (fragment) z dnia 24.05.2023 ze strony internetowej <https://www.zalando.pl/tommy-jeans-vintage-flag-signature-tee-unisex-t-shirt-z-nadrukiem-ivory-tob21005z-a11.html> po wyborze rozmiaru „XL”. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.

Moda Designer i Premium nawet do 40% taniej. Skorzystaj z obniżek na ulubione marki >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando**   

Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj

Okazja




Calvin Klein Jeans
COLOR OFF PLACED MONOGRAM CREW - Bluza

od 305,00 zł w tym VAT
Cena początkowa: 359,00 zł **nawet -15%**


★★★★★ 2


Kolor: **pink flash**



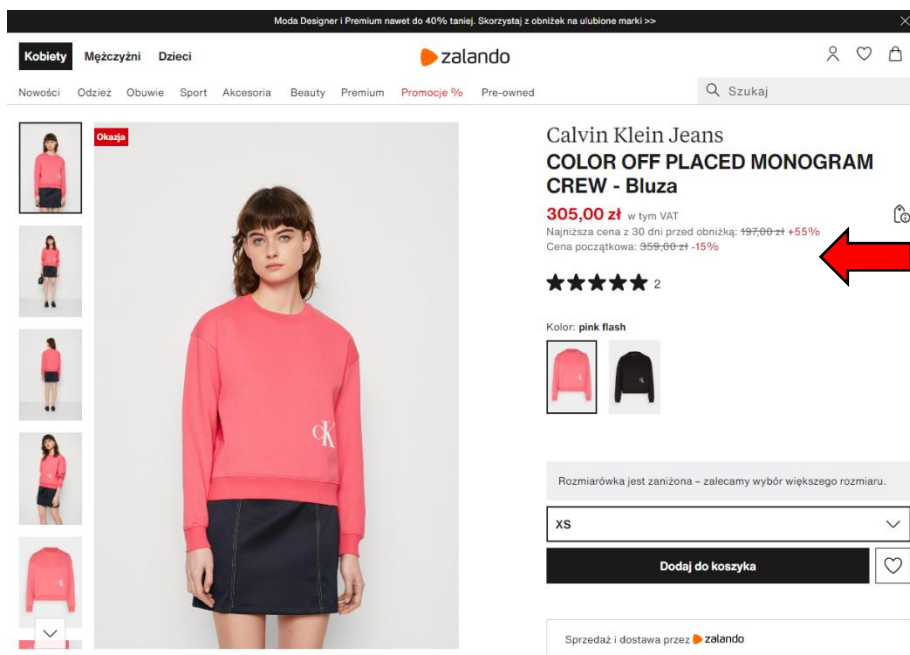
Rozmiarówka jest zaniżona – zalecamy wybór większego rozmiaru.

Wybierz rozmiar

Dodaj do koszyka 

 Pon 5 Cze - Wto 6 Cze

Zrzut ekranu nr 52 (fragment) z dnia 2.06.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-color-off-placed-monogram-crew-bluza-pink-flash-c1821j0ce-j11.html>. Przed wyborem rozmiaru brak jest „najniższej ceny z 30 dni przed obniżką”. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.



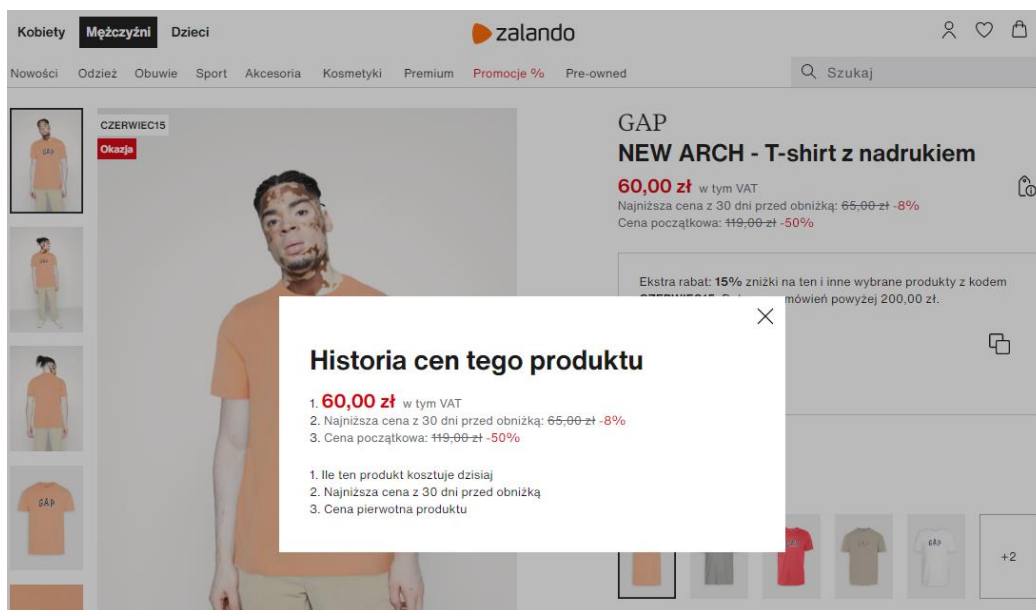
Zrzut ekranu nr 53 (fragment) z dnia 2.06.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-color-off-placed-monogram-crew-bluza-pink-flash-c1821j0ce-j11.html>. „Najniższa cena z 30 dni przed obniżką” pojawia się po wyborze rozmiaru (zaznaczono strzałką). Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.

[85] 1 czerwca 2023 r. Spółka zmieniła pojęcia stosowane na karcie towaru. „Ostatnia najniższa cena” została zastąpiona „najniższą ceną z 30 dni przed obniżką”.

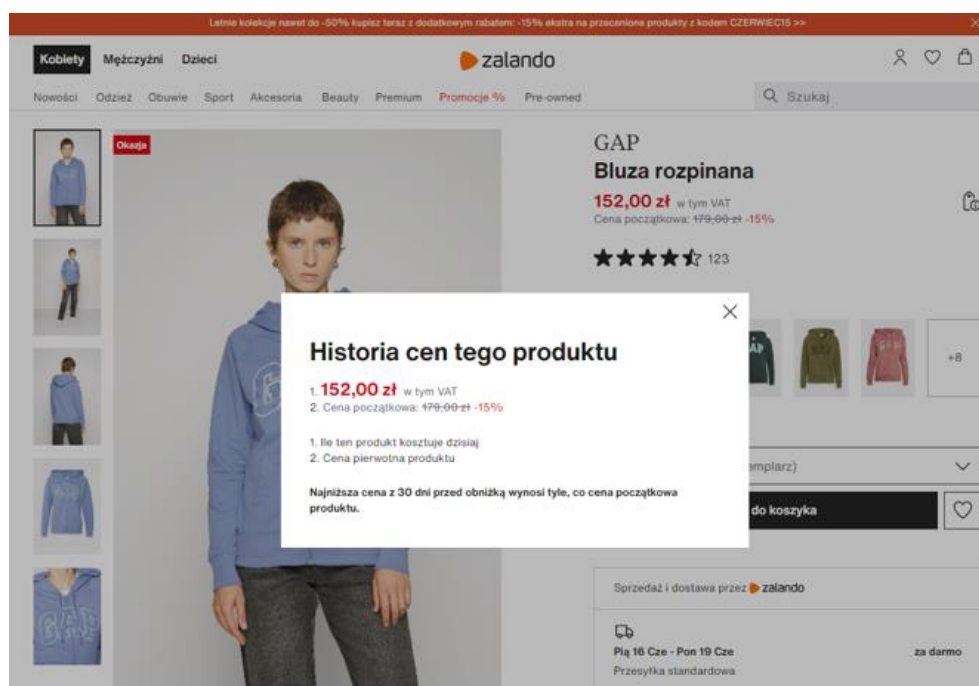
Dowód: pismo Spółki z dnia 6 października 2023 r., karta nr 598-667

[86] Do 16 czerwca 2023 r., gdy „najniższa cena z 30 dni przed obniżką” wynosiła tyle, co „cena początkowa”, na karcie produktu, nawet po wyborze rozmiaru, widniała wyłącznie „cena początkowa”. W tym przypadku „ostatnia najniższa cena” widoczna była dopiero po kliknięciu w tzw. „okno informacyjne”, które pojawiało się po wyborze rozmiaru i zawierało „historię cen” (por. zrzut ekranu nr 50-55). Treść okna zmieniała się w zależności od tego, czy najniższa cena z 30 dni przed obniżką różniła się od ceny początkowej.

[87] Treść „okna informacyjnego” uwzględniającego ww. zmianę nazewnictwa przedstawiają zrzuty ekranu poniżej.



Zrzut ekranu nr 54 (fragment) z dnia 16.06.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/gap-new-arch-t-shirt-z-nadrukiem-creamy-orange-gp022o09m-h11.html>, po kliknięciu w ikonę informacyjną (oznaczono strzałką) w sytuacji gdy najniższa cena z 30 dni przed obniżką nie jest równa cenie początkowej. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.



Zrzut ekranu nr 55 (fragment) z dnia 14.06.2023 r. ze strony <https://www.zalando.pl/gap-bluza-rozpinana-blue-gp021j04j-k11.html>, po kliknięciu w ikonę informacyjną (oznaczono strzałką) w sytuacji gdy najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest równa cenie początkowej. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.

[88] Okno informacyjne nie jest typowym tooltipem¹⁶, jego umiejscowienie na stronie produktu nie wskazuje na związek z poszczególnymi elementami interfejsu, w szczególności cenami

¹⁶ Tooltip - mała „chmurka” lub „dymek”, który zawiera komentarz albo poszerzenie opisywanego zagadnienia wyświetlany po najechaniu kursorem myszy na element nim opatrzony (dodatkowo może być potrzebne kliknięcie).

(ceną sprzedaży, najniższą ceną z 30 dni przed obniżką lub ceną początkową, obecnie: regularną). Nie jest umieszczone obok sekcji, gdzie podawana jest jedna, dwie lub trzy rodzaje cen, lecz w innym miejscu na stronie produktu. Informacje tam zawarte nie wyświetlają się od razu po wejściu na kartę produktu, lecz są dostępne w odrębnym oknie, które konsument musi odnaleźć i otworzyć.

- [89] Ze statystyk dotyczących wyświetlania „okna informacyjnego” wynika, że korzystanie konsumentów z tego elementu jest xxxxxx. Szczegóły dla przykładowych produktów prezentuje poniższa tabela (opracowanie własne Prezesa Urzędu).

Bluza Lacoste (https://www.zalando.pl/lacoste-sport-hodded-jacket-bluza-rozpinana-vert-l0642f02e-m11.html)	
Liczba wyświetleń karty produktu w 05.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 05.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń karty produktu w 05.2023 r. (mobile)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 05.2023 r. (mobile)	xxx
Bluza Calvin Klein (https://www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-color-off-placed-monogram-crew-bluza-pink-flash-c1821j0ce-j11.html)	
Liczba wyświetleń karty produktu w 06.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 06.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń karty produktu w 06.2023 r. (mobile)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 06.2023 r. (mobile)	xxx
Płaszcz Replay (https://www.zalando.pl/replay-jacket-klasyczny-plaszcz-black-re321u018-q11.html)	
Liczba wyświetleń karty produktu w 07.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 07.2023 r. (desktop)	xxx
Liczba wyświetleń karty produktu w 07.2023 r. (mobile)	xxx
Liczba wyświetleń okna informacyjnego w 07.2023 r. (mobile)	xxx





Dowód: załącznik nr 10 do pisma Spółki z 6 października 2023 r., karta nr 598-667

- [90] 17 czerwca 2023 r. Spółka rozpoczęła wyświetlenie na karcie produktu wartości liczbowej opisanej jako najniższa cena z 30 dni przed obniżką w każdych okolicznościach, niezależnie od wyboru rozmiaru i relacji do ceny regularnej (wcześniej: początkowej), a także bez potrzeby otwierania „okna informacyjnego”. Wartość ta w wielu przypadkach jest jednak skalkulowana w nieprawidłowy sposób (więcej nb. 107-140).


Dowód: protokół z dnia 17 listopada 2023 r., karta nr 669-670; oraz protokół z dnia 29 stycznia 2024 r. karta nr 675-677

- [91] Co najmniej do 11 sierpnia 2023 r. Spółka, podając najniższą cenę z 30 dni przed obniżką na karcie produktu, w sytuacji gdy ww. cena była wyższa od ceny sprzedaży stosowała przekreślenie oraz prezentowała procentową wielkość podwyżki w czerwonym kolorze („+X%”, gdzie X oznacza wielkość podwyżki). Przedstawiają to poniższe, przykładowe zrzuty ekranu.

Letnia wyprzedaż do -50%: uzupełnij wakacyjną garderobę z naszymi superokazjami. Wybrane produkty kupisz jeszcze taniej >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned




Okazja


Levi's®
GOLD TAB MINI CROSSBODY UNISEX
- Torba na ramię


116,00 zł w tym VAT
 Najniższa cena z 30 dni przed obniżką: 65,00 zł +78%
 Cena początkowa: 129,00 zł -10%


Kolor: **regular black**



One Size





Dodaj do koszyka 

Sprzedaj i dostawa przez 

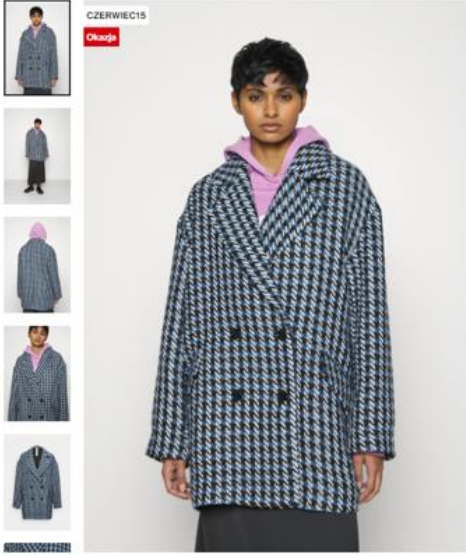
 **Pon 12 Cze - Wto 13 Cze** **za darmo**
 Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 56 (fragment) z dnia 9.06.2023 ze strony www.zalando.pl/levis-gold-tab-mini-crossbody-torba-na-ramie-regular-black-le254h02t-q11.html. Najniższa cena z 30 dni przed obniżką pojawia się bez konieczności wybrania rozmiaru, gdyż produkt występuje w jednym rozmiarze. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.

Letnie kolekcje nawet do -50% kupisz teraz z dodatkowym rabatem -15% ekstra na przecenione produkty z kodem CZERWIEC15 >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned



CZERWIEC15
Okazja

BOSS
CALUNA - Klasyczny płaszcz

1 412,00 zł w tym VAT
 Najniższa cena z 30 dni przed obniżką: 944,00 zł +50%
 Cena początkowa: 1 569,00 zł -10%

Ekstra rabat: **15%** zniżki na ten i inne wybrane produkty z kodem **CZERWIEC15**. Dotyczy zamówień powyżej 200,00 zł.


Wpisz kod przed zapłatą:
CZERWIEC15


[Zobacz więcej](#)

Kolor: **open miscellaneous**

Rozmiarówka jest zawyżona - zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

36

Dodaj do koszyka 

Sprzedaj i dostawa przez 

Zrzut ekranu nr 57 (fragment) z dnia 14.06.2023 ze strony <https://www.zalando.pl/boss-caluna-klasyczny-płaszcz-open-miscellaneous-bb121u06z-q11.html>. Najniższa cena z 30 dni przed obniżką pojawia się po wyborze rozmiaru 36. Załącznik do protokołu z 21.06.2023 r.



adidas Performance
BAYERN MÜNCHEN ICON - Szor...

229,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed

obniżką: 161,00 zł **+42%**

Cena regularna: 269,00 zł **-15%**



Potrzebujesz lepszych rekomendacji
dotyczących rozmiarów?

[Dodaj referencyjny artykuł](#)

S

Dodaj do koszyka



Wykonano z użyciem:

Materiały z recyklingu

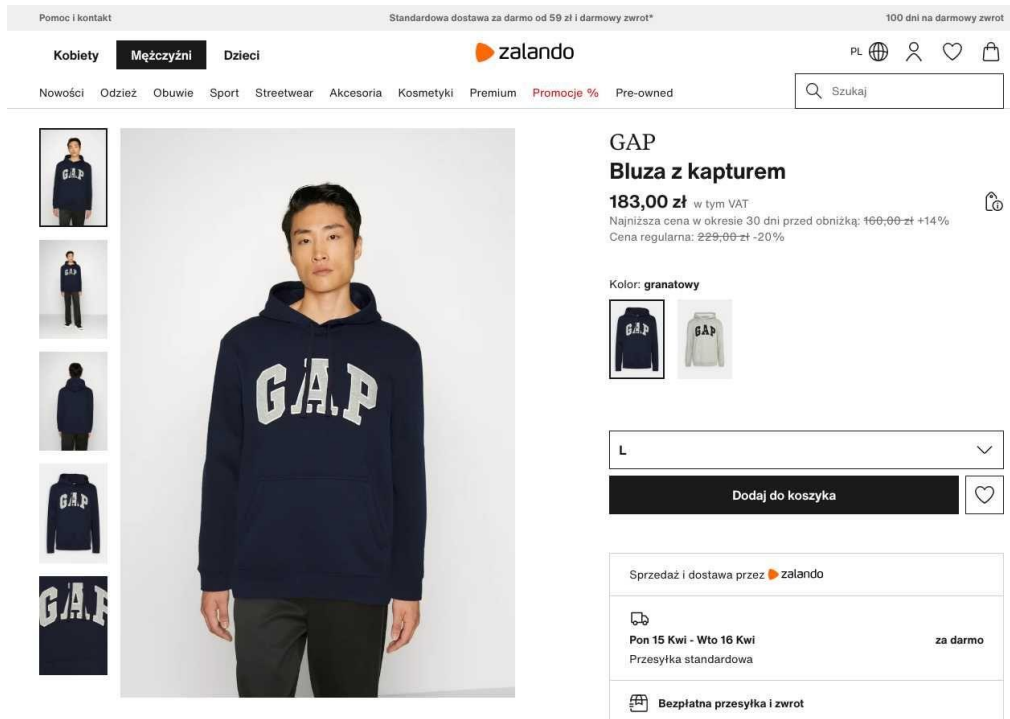
[Sprawdź te informacje](#)

Sprzedaż i dostawa przez zalando

Zrzut ekranu nr 58 (fragment) z dnia 11.08.2023 ze strony widok karty towaru adidas Performance BAYERN MÜNCHEN ICON Szor...". Załącznik do protokołu z 16.08.2023 r.

Dowód: Protokół z dnia 29 stycznia z dnia 2024 r., karta nr 675-677

[92] Od sierpnia 2023 r. co najmniej do 13 kwietnia 2024 r., gdy najniższa cena z 30 dni przed obniżką była niższa od ceny sprzedaży, Spółka prezentowała ww. cenę w kolorze szarym oraz stosowała przekreślenie ww. ceny oraz prezentowała procentową wielkość podwyżki w kolorze szarym („+X%”, gdzie X oznacza wielkość podwyżki). Przedstawia to poniższy, przykładowy zrzut ekranu.



Zrzut ekranu nr 59 (fragment) z dnia 13.04.2024 r. ze strony www.zalando.pl_gap-arch-bluza-z-kapturem-navy-gp022s078-k11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

[93] Na dzień wydania decyzji (tj. 31 grudnia 2025 r.), gdy najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest niższa od ceny sprzedaży, Spółka prezentuje ww. cenę w kolorze szarym (bez wskazania procentowej wielkości podwyżki). Przedstawia to poniższy, przykładowy zrzut ekranu.

Dzieci > Obuwie > Trampki i sneakersy

Trampki dziecięce Rozmiar 34

Obuwie

Trampki i sneakersy

Sneakersy niskie

Wysokie

Sandały

Kapcie

Obuwie wsuwane

Obuwie do kąpiei i klapki

Baleriny

Kozaki i botki

Obuwie sportowe

Obuwie outdoorowe

Obuwie do nauki chodzenia

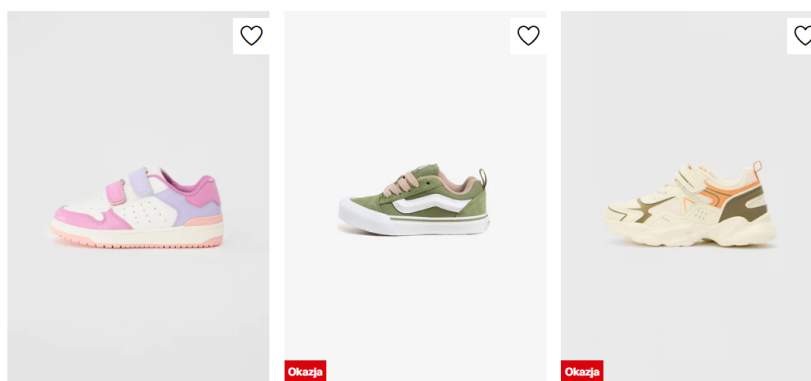
Obuwie do raczkowania

Promocje

Sortuj Rozmiar 1 Płeć Wiek Marka Kolor Funkcja Cena

Zapięcie Kampanie Materiał Wszystkie filtry

Liczba produktów: 1586



Geox
- Obuwie do nauki chodzenia

★★★★☆ (1)

od 129,50 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

117,00 zł

Cena regularna: 259,00 zł

Vans
UNISEX - Sneakersy niskie

★★★★☆ (3)

139,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

279,00 zł -50%

Międzynarodowa dostawa

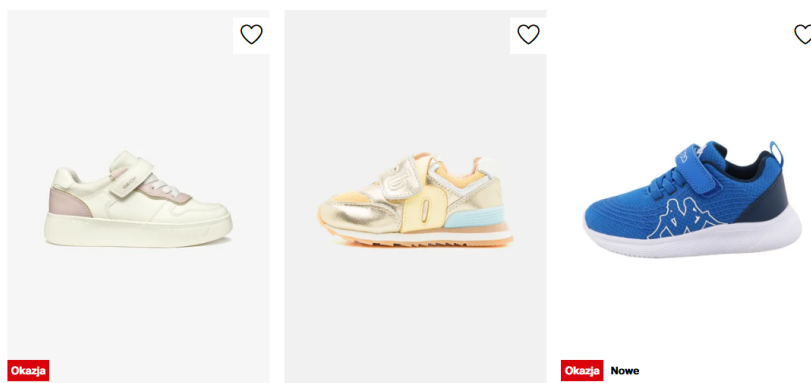
Yourturn Kids
- Sneakersy niskie

111,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

119,00 zł -7%

Cena regularna: 150,99 zł -30%



Geox
- Sneakersy niskie

od 143,40 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

259,00 zł -40%

Bisgaard
WINSTON - Sneakersy niskie

★★★★☆ (2)

170,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

170,00 zł

Cena regularna: 339,00 zł

Kappa
UNISEX - Sneakersy niskie

od 101,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:

119,00 zł -15%


Zrzut ekranu nr 61 (fragment) z dnia 26.08.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki Dzieci", z kategorii Obuwie: Trampki i sneakersy, po wybraniu filtra: Okazje" w Sortuj" oraz: Kolor: Biały", Rozmiar: 34". Protokół z dnia 9 września 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty podarunkowe

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando PL

Powrót do szkoły Odzież Obuwie Sport Bielizna i piżamy Akcesoria i zabawki Designer Premium Wyprzedaż % In > Szukaj

Okazja
Dzieci

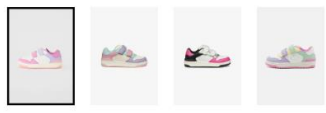


Geox
- **Obuwie do nauki chodzenia**

4.0 ★★★★★ 1 ocena

129,50 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 259,00 zł -50%

Kolor: white/cyclamen



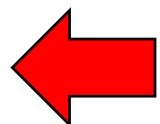
34

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Geox.

Plą 29 Sie - Czw 4 Wrz
Przesyłka standardowa za darmo



Zrzut ekranu nr 62 (fragment) z dnia 26.08.2025 r. ze strony <https://www.zalando.pl/geox-washiba-girl-sneakersy-niskie-whitecyclamen-ge113d0jw-a12.html?size=34>. Protokół z dnia 9 września 2025 r.

[99] Jak wynika z ww. zrzutów ekranu, prezentowana na karcie towaru najniższa cena z 30 dni przed obniżką dla butów w rozmiarze 34 jest inna (wyższa) niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką prezentowana dla tych samych butów na etapie listingu.

[100] Obrazują to także zrzuty ekranu nr 63-64 dla wyszukiwania zielonej sukienki marki Anna Field w rozmiarze M. W tym wypadku różnica w cenie dotyczy wszystkich wyświetlanych cen.

Kobiety > Odzież > Sukienki

Anna Field zielone Sukienki Rozmiar M

Odzież

Sukienki

Sukienki letnie

Sukienki koktajlowe

Sukienki wieczorowe

Sukienki koszulowe

Sukienki z dżerseju

Sukienki etui

Sukienki maxi

Sukienki jeansowe

Sukienki dzianinowe

Sukienki dimidi

Swetry i kardigany

Bluzy

Spodnie

Jeansy

Kurtki i marynarki

Płaszcz

Koszulki i topy

Bluzki i koszule

Spódnice

Odzież sportowa

Kombinezony i ogrodniczki

Moda plażowa

Szorty

Bielizna

Bielizna nocna i piżamy

Skarpety i rajstopy

Promocje

Sortuj Kolor **1** Rozmiar **1** Marka **3** Długość Cena

Długość rękawa Materiał Rodzaj kolekcji Wzór Typ kołnierza

Wszystkie filtry

Liczba produktów: 38



Anna Field
- Sukienka dzianinowa

★★★★☆ (7)

144,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
144,00 zł

Cena regularna: 169,00 zł



Anna Field
- Sukienka koktajlowa

★★★★☆ (2)

143,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
87,00 zł

Cena regularna: 159,00 zł



Anna Field
- Sukienka z dżerseju

127,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
75,00 zł

Cena regularna: 149,00 zł



Anna Field MAMA
- Sukienka letnia

☆☆☆☆☆ (1)

93,00 zł

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką:
76,00 zł

Cena regularna: 109,00 zł



Anna Field
- Sukienka etui

179,00 zł

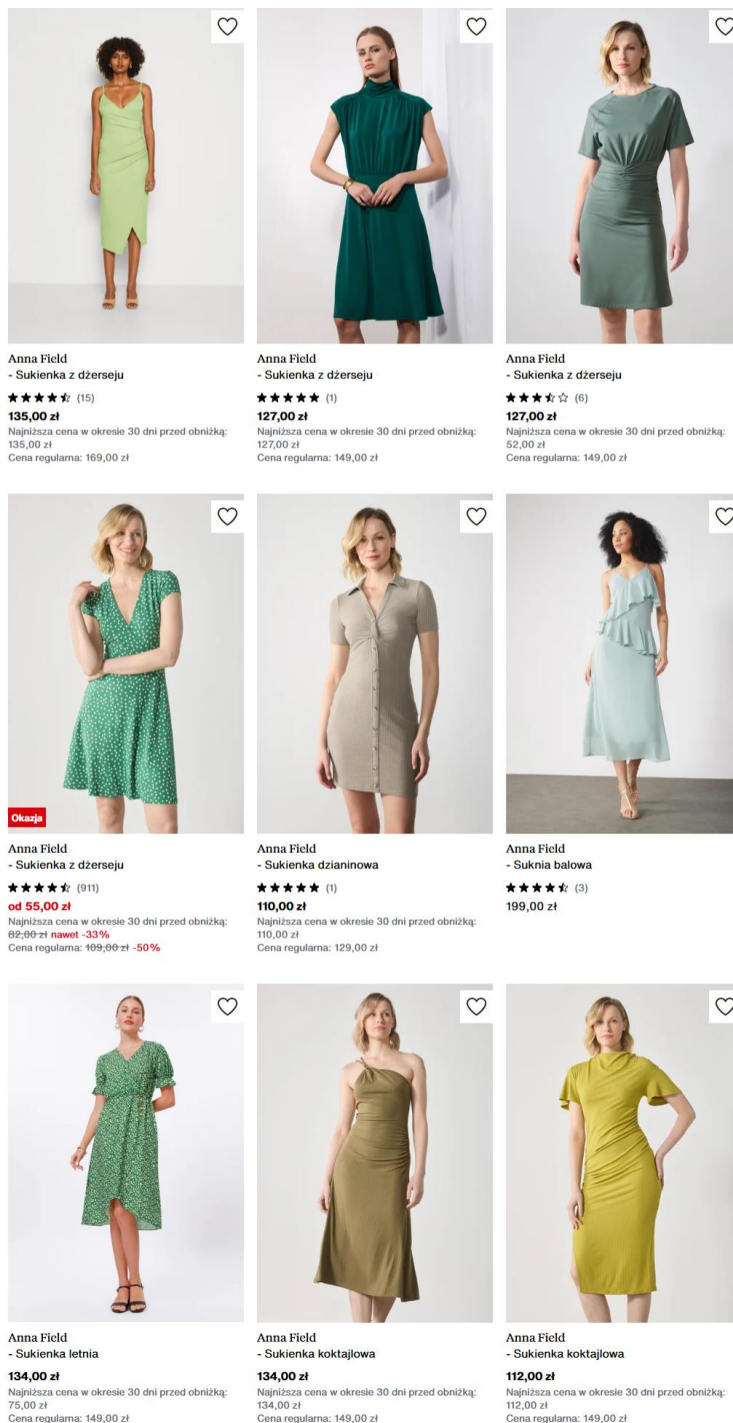


Anna Field
- Sukienka z dżerseju

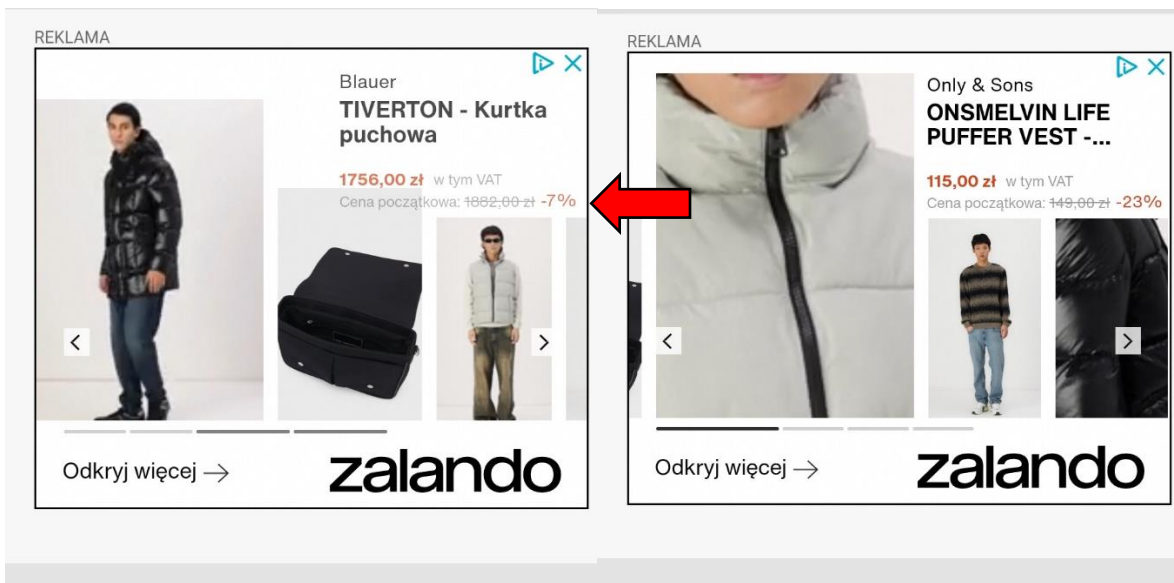
★★★★★ (1)

159,00 zł

Zrzut ekranu nr 63a (fragment) z dnia 6.10.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Kobiety”, Kategoria: Odzież: „Sukienki”, po wybraniu filtra: Marka: „Anna Field (wszystkie)”, Kolor: „Zielony”, Rozmiar: „M”, a także wybraniu filtra „Okazje” w „Sortuj” (strona pierwsza ww. listy produktów). Załącznik do protokołu z dnia 24.11.2025 r. Strzałka wskazuje na wybrane filtry.



Zrzut ekranu nr 63b (fragment) z dnia 6.10.2025 r. przedstawiający widok listy produktów z zakładki „Kobiety”, Kategoria: „Odzież: „Sukienki””, po wybraniu filtra: Marka: „Anna Field (wszystkie)”, Kolor: „Zielony”, Rozmiar: „M”, a także wybraniu filtra „Okazje” w „Sortuj” (strona pierwsza ww. listy produktów) - ciąg dalszy zrzutu ekranu nr 62. Załącznik do protokołu z dnia 24.11.2025 r.



PIŁKA NOŻNA

 EKSTRAKLASA  REPREZENTACJA POLSKI

PIŁKA NOŻNA

 EKSTRAKLASA  REPREZENTACJA POLSKI 

Zrzut ekranu nr 66 (fragment) z 28.11.2024 r. ze strony <https://www.przehladsportowy.onet.pl> w wersji mobilnej. Załącznik do protokołu z 15.01.2025 r.

Zrzut ekranu nr 67 (fragment) z 28.11.2024 r. ze strony <https://www.przehladsportowy.onet.pl> w wersji mobilnej. Załącznik do protokołu z 15.01.2025 r.

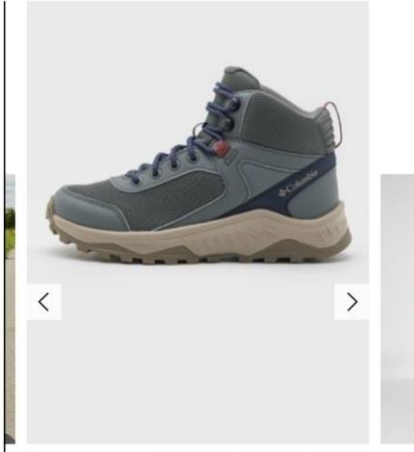
"Zawsze chciałam mieć takie piętrowe łóżko"

4 godz. temu

"Zawsze chciałam mieć takie piętrowe łóżko"

4 godz. temu

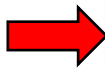
REKLAMA



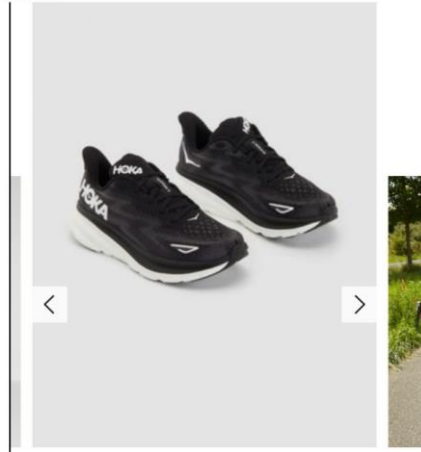
Columbia
TRAILSTORM™ ASCEND MID WP - Obuwie hikingowe

375,00 zł w tym VAT
Cena początkowa: 399,99 zł -6%

Odkryj więcej → **zalando**



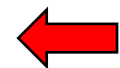
REKLAMA



HOKA
CLIFTON 9 - Obuwie do biegania treningowe

575,00 zł w tym VAT
Cena początkowa: 647,99 zł -11%

Odkryj więcej → **zalando**



Zrzut ekranu nr 68 (fragment) z dnia 27.11.2024 r. ze strony <https://www.pudelek.pl> w wersji mobilnej. Załącznik do protokołu z 15.01.2025 r.

Zrzut ekranu nr 69 (fragment) z dnia 27.11.2024 r. ze strony <https://www.pudelek.pl> w wersji mobilnej. Załącznik do protokołu z 15.01.2025 r.

👍 Lubię to

🔖 Zapisz

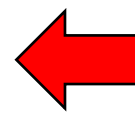
🔗 Udostępnij

REKLAMA





Only & Sons
ONSCARL BALLOON - Jeansy Relaxed Fit

137,00 zł w tym VAT
Cena początkowa: 162,00 zł -15%


Odkryj więcej → **zalando**




Odkryj modne okazje na powrót do pracy. Skompletuj swoją garderobę na ważne spotkania i luźne piątki w niższych cenach >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    


Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned





Marks & Spencer
T-shirt z nadrukiem


71,00 zł w tym VAT 
Cena regularna: ~~109,00 zł~~ -35%


Kolor: **czarny**

Wybierz rozmiar 

Dodaj do koszyka 





 **Pią 25 Sie - Wto 29 Sie**
Przesyłka standardowa
Za darmo dla zamówień od 59 zł*

 **100-dniowe prawo zwrotu**


Materiał i wskazówki pielęgnacyjne 

Zrzut ekranu nr 71 (fragment) z dnia 24.08.2023 r. ze strony www.zalando.pl/marks-and-spencer-straight-3-pack-t-shirt-z-nadrukiem-black-mix-qm421d08l-q11.html?size=M. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r.


Odkryj modne okazje na powrót do pracy. Skompletuj swoją garderobę na ważne spotkania i luźne piątki w niższych cenach >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    


Nowości Odzież Obuwie Sport Akcesoria Beauty Premium **Promocje %** Pre-owned




Even&Odd
T-shirt basic


64,00 zł w tym VAT 
Cena regularna: ~~99,00 zł~~ -35%

Kolor: **czarny**




Rozmiarówka jest zaniżona – zalecamy wybór większego rozmiaru.


Wybierz rozmiar 

Dodaj do koszyka 

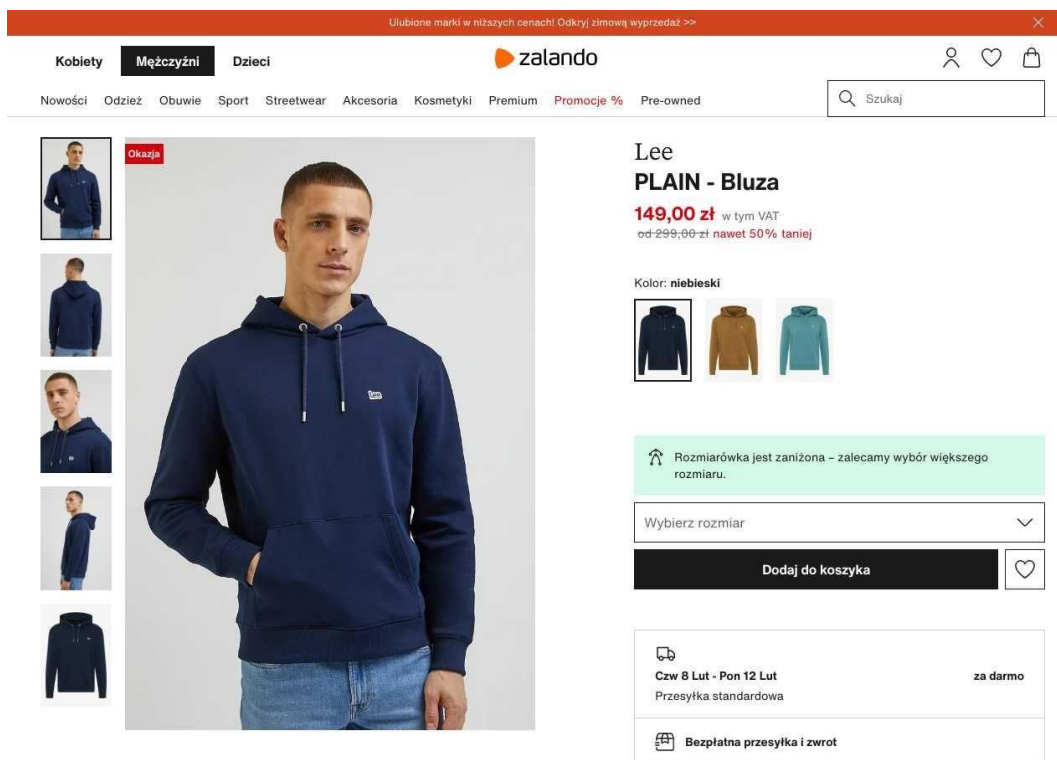
Wykonano z użyciem:

 **Odpowiedzialnie pozyskiwane materiały**

[Sprawdź te informacje](#)

 **Pon 28 Sie - Wto 29 Sie** **gratis**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 72 (fragment) z dnia 27.08.2023 r. ze strony www.zalando.pl/evenandodd-2-pack-t-shirt-basic-blackwhite-ev421d221-q11.html?size=M. Załącznik do protokołu z 6.10.2025 r.



Zrzut ekranu nr 73 (fragment) z dnia 7.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_lee-bluza-emperor-navy-le422s04p-k11.html_size=L. Załącznik do protokołu z dnia 21 sierpnia 2025 r.²¹

[109] Z drugiej strony, w Serwisie występują powtarzające się przypadki, gdy wartość podana jako najniższa cena z 30 dni przed obniżką ulega modyfikacjom, pomimo że zmianie nie ulega cena sprzedaży (a zatem nie zostaje wprowadzona obniżka, która wymagałaby podania na nowo aktualnej najniższej ceny z 30 dni przed obniżką).





[110] Spółka neguje możliwość zaistnienia takiej sytuacji. Zgodnie z wyjaśnieniami Zalando: xxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

[111] Spółka przekazała jednak zestawienia cen (sprzedaży, najniższej z 30 dni przed obniżką i regularnej) dla wybranych produktów, które potwierdzają zmiany najniższej ceny z 30 dni przed obniżką w sytuacji trwającej obniżki (bez zmiany ceny sprzedaży).


[112] xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

²¹ Zrzuty ekranu nr 24 i 73 są tożsame.

Ferie pełne rabatów! Odkryj zimową wyprzedaż. >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium Promocje % Pre-owned



Calvin Klein Golf
Bluza z kapturem


251,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 251,00 zł
Cena regularna: 279,00 zł -10%


Kolor: czarny




Rozmiarówka jest zawyżona – zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

L





Dodaj do koszyka 

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę 


 **Wto 30 Sty - Śro 31 Sty** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 74 (fragment) z dnia 28.01.2024 r. ze strony www.zalando.pl_calvin-klein-golf-sweter-black-ck442g00r-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Ulubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium Promocje % Pre-owned



Calvin Klein Golf
Bluza z kapturem


251,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 279,00 zł -10%


Kolor: czarny




Rozmiarówka jest zawyżona – zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

L

Dodaj do koszyka 

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę 


 **Wto 30 Sty - Czw 1 Lut** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 75 (fragment) z dnia 29.01.2024 r. ze strony www.zalando.pl_calvin-klein-golf-sweter-black-ck442g00r-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Ułubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Promocje % Pre-owned Szukaj



Tommy Hilfiger
Krótki płaszcz
1 434,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 1 673,00 zł -14%
Cena regularna: 2 990,00 zł -40%

Kolor: beżowy

Rozmiarówka jest zawyżona – zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

M/L

Dodaj do koszyka

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Tommy Hilfiger**

Czw 1 Lut - Śro 7 Lut za darmo
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot

100-dniowe prawo zwrotu

Materiał i wskazówki pielęgnacyjne

Szczegóły produktu

Rozmiar i krój

Tommy Hilfiger + Obserwuj


Zgłoś kwestię prawną

Zrzut ekranu nr 76 (fragment) z dnia 30.01.2024 r. ze strony www.zalando.pl_tommy-hilfiger-relaxed-peacoat-krotki-plaszcz-beige-to121u0l6-b11.html. Protokół z dnia 14 lipca 2025 r.

Ułubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Promocje % Pre-owned Szukaj



Tommy Hilfiger
Krótki płaszcz
1 434,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 2 990,00 zł -40%

Kolor: beżowy

Rozmiarówka jest zawyżona – zalecamy wybór mniejszego rozmiaru.

M/L

Dodaj do koszyka

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Tommy Hilfiger**

Wto 6 Lut - Czw 8 Lut za darmo
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot

100-dniowe prawo zwrotu

Materiał i wskazówki pielęgnacyjne

Szczegóły produktu





Rozmiar i krój

Tommy Hilfiger + Obserwuj






Zgłoś kwestię prawną

Zrzut ekranu nr 77 (fragment) z dnia 31.01.2024 r. ze strony www.zalando.pl_tommy-hilfiger-relaxed-peacoat-krotki-plaszcz-beige-to121u0l6-b11.html. Protokół z dnia 14 lipca 2025 r.


Ubrania, buty i akcesoria w supercenach! | Nowy sezon ze stylowymi okazjami. >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned









U.S. Polo Assn. ADLER - Bluza


245,00 zł w tym VAT 


Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 199,00 zł +23%
Cena regularna: 349,00 zł -30%

Kolor: czarny




L 

Dodaj do koszyka 





 To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Dostawa przez przedsiębiorcę Zalando, sprzedaż przez przedsiębiorcę Paragon.






 **Pią 1 Mar - Wto 5 Mar** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 78 (fragment) z dnia 28.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_us-polo-assn-adler-bluza-tap-shoe-us222s04p-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.


Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned









U.S. Polo Assn. ADLER - Bluza


245,00 zł w tym VAT 


Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 269,00 zł -9%
Cena regularna: 349,00 zł -30%

Kolor: czarny




L 

Dodaj do koszyka 




 To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Dostawa przez przedsiębiorcę Zalando, sprzedaż przez przedsiębiorcę Paragon.

 **Pon 4 Mar - Śro 6 Mar** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 79 (fragment) z dnia 29.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_us-polo-assn-adler-bluza-tap-shoe-us222s04p-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Na Dzień Mężczyzn: zrób sobie prezent w niższej cenie! Wybieraj spośród ubrań, butów, akcesoriów i kosmetyków >>>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned







11 Project
Kurtka z polaru

226,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~226,00 zł~~ +3%
Cena regularna: ~~299,00 zł~~ -24%

Kolor: **niebieski**








L 

Dostawa przez przedsiębiorcę Zalando, sprzedaż przez przedsiębiorcę **meinemarkenmode**.






 **Wto 12 Mar - Sro 13 Mar** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 80 (fragment) z dnia 10.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl/11-project-kurtka-z-polaru-insignia-blue-11322t007-k11.html?size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Wiosenne obniżki: superoferty na ulubione stylizacje >>>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned








11 Project
Kurtka z polaru


226,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~299,00 zł~~ -24%

Kolor: **niebieski**



L (Pozostałych egzemplarzy: tylko 2) 

Dostawa przez przedsiębiorcę Zalando, sprzedaż przez przedsiębiorcę **meinemarkenmode**.


 **Czw 14 Mar - Pon 18 Mar** **4,99 zł**
Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

Zrzut ekranu nr 81 (fragment) z dnia 11.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl/11-project-kurtka-z-polaru-insignia-blue-11322t007-k11.html?size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando PL


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj



Tommy Hilfiger
Bluza z kapturem

235,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 241,00 zł +11%
Cena regularna: 469,00 zł -50%

Kolor: granatowy



L (Pozostatych egzemplarzy: tylko 2)

Dodaj do koszyka

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę zalando


Śro 20 Mar - Czw 21 Mar **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 82 (fragment) z dnia 19.03.2024 r. ze strony <https://www.zalando.pl/tommy-hilfiger-monotype-roundall-hoody-bluza-z-kapturem-desert-sky-to122s017-k13.html?size=L> . Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Drodzy klienci z powodu trwającego strajku mogą wystąpić opóźnienia w dostawach i zwrotach.

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci zalando PL


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj



Tommy Hilfiger
Bluza z kapturem

235,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 256,00 zł -9%
Cena regularna: 469,00 zł -50%

Kolor: granatowy



L (Pozostał tylko 1 egzemplarz)

Dodaj do koszyka

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę zalando

Czw 21 Mar - Pią 22 Mar **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 83 (fragment) z dnia 20.03.2024 r. ze strony <https://www.zalando.pl/tommy-hilfiger-monotype-roundall-hoody-bluza-z-kapturem-desert-sky-to122s017-k13.html?size=L> . Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

To Twoja szansa, by oszczędzić. Łap rabaty z okazji tygodnia Black Friday!

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL

Tydzień Black Friday Prezenty Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki

Okazja

Lancerto Bransoletka

139,90 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 199,90 zł -30%
Cena regularna: 299,90 zł -53%

Kolor: **black**

One Size

Dodaj do koszyka

Jest to jeden z naszych najpopularniejszych i najbardziej zwracanych artykułów

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **G8 stores**.

Śro 27 Lis - Pią 29 Lis **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 84 (fragment) z dnia 23.11.2024 r. ze strony www.zalando.pl_lancerto-zestaw-bransoletka-black-l8x52l02d-q11.html. Protokół z dnia 14 sierpnia 2025 r.

Dodałmy do wyprzedaży kolejne stylizacje! Tydzień Black Friday wciąż trwa!

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL

Tydzień Black Friday Prezenty Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki

Okazja

Lancerto Bransoletka

139,90 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 299,90 zł -53%

Kolor: **black**

One Size

Dodaj do koszyka






Jest to jeden z naszych najpopularniejszych i najbardziej zwracanych artykułów

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **G8 stores**.

Wto 26 Lis - Czw 28 Lis **za darmo**
Przesyłka standardowa






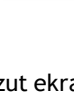
Zrzut ekranu nr 85 (fragment) z dnia 24.11.2024 r. ze strony www.zalando.pl_lancerto-zestaw-bransoletka-black-l8x52l02d-q11.html. Protokół z dnia 14 sierpnia 2025 r.

Końcówka letniej wyprzedaży Nie przegap ostatnich okazji >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki Wyprzedaż % Pre-owned

Okazja

Puma INHALE UNISEX - Sneakersy niskie


4.2 ★★★★★ 15 oceny/ocen


269,00 zł w tym VAT


Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 379,00 zł -29%

Cena regularna: 539,00 zł -50%


Kolor: dark amethyst yellow alert



43 

Dodaj do koszyka 






Sprzedaż przez przedsiębiorcę PUMA, dostawa przez przedsiębiorcę Zalando.

 **Pon 28 Lip - Wto 29 Lip** za darmo

Przesyłka standardowa







Zrzut ekranu nr 86 (fragment) z dnia 25.07.2025 r. ze strony www.zalando.pl/puma-inhale-sneakersy-niskie-dark-amethyst-yellow-alert-pu115o0vh-i11.html?size=43 . Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Końcówka letniej wyprzedaży Nie przegap ostatnich okazji >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki Wyprzedaż % Pre-owned

Okazja


Puma INHALE UNISEX - Sneakersy niskie


4.2 ★★★★★ 15 oceny/ocen


269,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 539,00 zł -50%


Kolor: dark amethyst yellow alert



43 

Dodaj do koszyka 

Sprzedaż przez przedsiębiorcę PUMA, dostawa przez przedsiębiorcę Zalando.

 **Wto 29 Lip** za darmo

Przesyłka standardowa


Zrzut ekranu nr 87 (fragment) z dnia 26.07.2025 r. ze strony www.zalando.pl/puma-inhale-sneakersy-niskie-dark-amethyst-yellow-alert-pu115o0vh-i11.html?size=43 . Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Końcówka letniej wyprzedaży Nie przegap ostatnich okazji! >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned > Szukaj


Tylko u nas



KNITID
- Kardigan

264,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 264,00 zł
Cena regularna: 659,00 zł

Kolor: kumquat



M

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando

Pią 1 Sie za darmo
Przesyłka standardowa


Zrzut ekranu nr 88 (fragment) z dnia 30.07.2025 r. ze strony www.zalando.pl/knitid-button-up-tunic-kamizelka-kumquat-csn21i011-h11.html?size=M. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Końcówka letniej wyprzedaży Nie przegap ostatnich okazji! >>

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned > Szukaj


Tylko u nas



KNITID
- Kardigan

264,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~336,00 zł~~ -20%
Cena regularna: ~~659,00 zł~~ -60%

Kolor: kumquat



M

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando


Pon 4 Sie za darmo
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 89 (fragment) z dnia 30.07.2025 r. ze strony www.zalando.pl/knitid-button-up-tunic-kamizelka-kumquat-csn21i011-h11.html?size=M. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Łap ostatnią okazję na -50 zł na koniec letniej wyprzedaży! Skorzystaj już teraz z kodem: 50END >>>

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer **Wyprzedaż %** Pre-owned



United Colors of Benetton
- **Kamizelka**

129,95 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 129,95 zł
Cena regularna: 259,90 zł

Kolor: **orange**

M

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **United Colors of Benetton.**

Czw 7 Sie - Śro 13 Sie **za darmo**
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot


30-dniowe prawo zwrotu

Zrzut ekranu nr 90 (fragment) z dnia 3.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/united-colors-of-benetton-recycled-padding-kamizelka-orange-4be21u09h-h11.html?size=M. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty podarunkowe

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer **Wyprzedaż %** Pre-owned



United Colors of Benetton
- **Kamizelka**

129,95 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~161,99 zł~~ -29%
Cena regularna: ~~259,90 zł~~ -50%

Kolor: **orange**

M

Dodaj do koszyka

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **United Colors of Benetton.**






Pią 8 Sie - Czw 14 Sie **za darmo**
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot

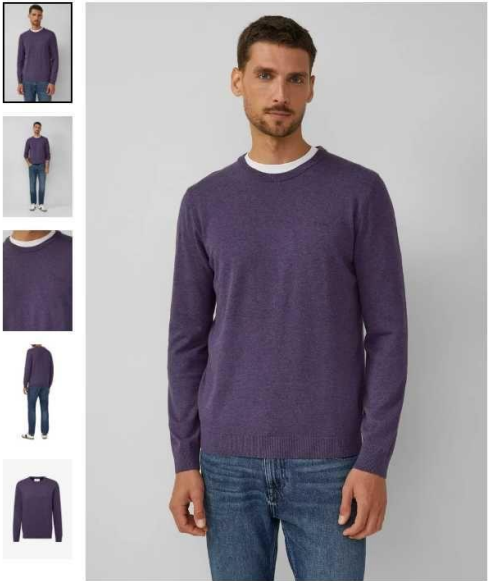
30-dniowe prawo zwrotu

Zrzut ekranu nr 91 (fragment) z dnia 4.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/united-colors-of-benetton-recycled-padding-kamizelka-orange-4be21u09h-h11.html?size=M. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty podarunkowe

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nówości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned >





s.Oliver - Sweter


99,99 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 99,99 zł
Cena regularna: 179,99 zł

Dostawa
Czw 9 - Wto 14 Paź Bezpłatna


Kolor: **lavendel**










Dodaj do koszyka 

Sprzedż i dostawa przez przedsiębiorcę
[s.Oliver Sales GmbH & Co.KG \(s.Oliver\)](#).

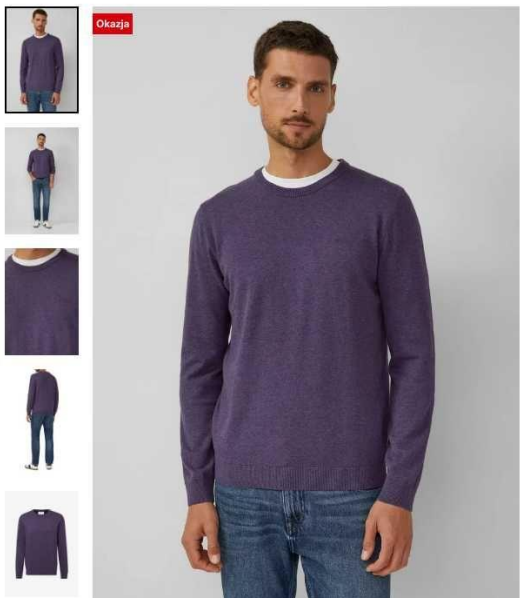
 **Bezpłatna przesyłka i zwrot**

Zrzut ekranu nr 92 (fragment) z dnia 3.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/soliver-sweter-lavendel-so222q0zt-i11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty podarunkowe

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nówości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned >





s.Oliver - Sweter


99,99 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~179,99 zł~~ -44%

Dostawa
Czw 9 - Wto 14 Paź Bezpłatna


Kolor: **lavendel**









Dodaj do koszyka 

Sprzedż i dostawa przez przedsiębiorcę
[s.Oliver Sales GmbH & Co.KG \(s.Oliver\)](#).


 **Bezpłatna przesyłka i zwrot**

Zrzut ekranu nr 93 (fragment) z dnia 4.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/soliver-sweter-lavendel-so222q0zt-i11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Sprzedaj produkty wybranych marek do 26.10 i zyskaj do 20% więcej.

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL   

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned



Okazja


Oakley
- Bluza z kapturem


5.0 ★★★★★ 1 ocena


215,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~242,00 zł~~ -11%
Cena regularna: ~~269,00 zł~~ -20%


Kolor: **deep amethyst**









Dodaj do koszyka 

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**


 **Pon 27 Paź - Wto 28 Paź** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 94 (fragment) z dnia 25.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/oakley-hoodie-bluza-deep-amethyst-0a322s014-i11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty подарункowe

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL   

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned



Okazja


Oakley
- Bluza z kapturem


5.0 ★★★★★ 1 ocena


215,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~242,00 zł~~ -20%


Kolor: **deep amethyst**





Dodaj do koszyka 

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**

 **Pon 27 Paź - Wto 28 Paź** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 95 (fragment) z dnia 25.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl/oakley-hoodie-bluza-deep-amethyst-0a322s014-i11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Przygotuj swoją wishlistę na tydzień Black Friday, aby Twoje ulubione produkty były w zasięgu ręki. ✕

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL 🌐 👤 ❤️ 🛒

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned 🔍 Szukaj

TOM TAILOR DENIM
- Sweter

143,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 143,00 zł
Cena regularna: 159,00 zł

Kolor: sky captain blue

L

Dodaj do koszyka ❤️

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando	
📦 Czw 6 Lis Przesyłka standardowa	za darmo
🚚 Bezpłatna przesyłka i zwrot	
↶ 30-dniowe prawo zwrotu	
🏠 Odsprzedaj swoje rzeczy	📘

Zrzut ekranu nr 96 (fragment) z dnia 5.11.2025 r. ze strony www.zalando.pl/tom-tailor-denim-sweter-sky-captain-blue-to722q0dy-k11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Przygotuj swoją wishlistę na tydzień Black Friday, aby Twoje ulubione produkty były w zasięgu ręki. ✕

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL 🌐 👤 ❤️ 🛒

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer Kosmetyki **Wyprzedaż %** Pre-owned > 🔍 Szukaj

TOM TAILOR DENIM
- Sweter

143,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~159,00 zł~~ -10%

Dostawa
Pią 7 Lis Za darmo

Kolor: sky captain blue

L

Dodaj do koszyka ❤️

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando	
🚚 Bezpłatna przesyłka i zwrot	
↶ 30-dniowe prawo zwrotu	
🏠 Odsprzedaj swoje rzeczy	📘

Zrzut ekranu nr 97 (fragment) z dnia 5.11.2025 r. ze strony www.zalando.pl/tom-tailor-denim-sweter-sky-captain-blue-to722q0dy-k11.html?size=L. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot Karty podarunkowe

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned Szukaj

edc by Esprit
Pre-owned Sukienka z dżerseju

64,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 73,00 zł -12%
Cena regularna: 91,00 zł -30%

Dostawa
Wto 28 Paź Za darmo

Kolor: dark blue

Rozmiar: XS

Dodaj do koszyka

Sprzedaż przez przedsiębiorcę Zalando Recommerce, dostawa przez przedsiębiorcę Zalando.

Bezpłatna przesyłka i zwrot

30-dniowe prawo zwrotu

Odsprzedaj swoje rzeczy

Zrzut ekranu nr 98 (fragment) z dnia 26.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl_edc-by-esprit-sukienka-z-dżerseju-dark-blue-zir02pbma-001.html w wersji desktop. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

Tydzień Black Friday już wkrótce! Dołącz do naszego newslettera i złap najlepsze okazje!

Kobiety Mężczyźni Dzieci zalando PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned > Szukaj

edc by Esprit
Pre-owned Sukienka z dżerseju

64,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 91,00 zł -30%

Kolor: dark blue

Rozmiar: XS

Dodaj do koszyka

Sprzedaż przez przedsiębiorcę Zalando Recommerce, dostawa przez przedsiębiorcę Zalando.

Śro 29 Paź Przesyłka standardowa za darmo

30-dniowe prawo zwrotu

Odsprzedaj swoje rzeczy

Zrzut ekranu nr 99 (fragment) z dnia 27.10.2025 r. ze strony www.zalando.pl_edc-by-esprit-sukienka-z-dżerseju-dark-blue-zir02pbma-001.html w wersji desktop. Protokół z dnia 24 listopada 2025 r.

[132] W rezultacie przedstawionych zmian pomimo braku zmiany ceny sprzedaży (pomimo braku wprowadzenia obniżki) produkt z dnia na dzień wydaje się być w korzystniejszej cenie.

- [133] Zmiany dotyczą produktów z różnych kategorii (np. odzież, akcesoria), różnych produktów w ramach kategorii (np. bluza, kamizelka), produktów zarówno nowych, jak i używanych.
- [134] Zmiana może skutkować powstaniem wrażenia obniżki, gdy produkt pierwotnie sprzedawany był w cenie wyższej niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Przykładowo, bluza z kapturem w rozmiarze L przedstawiona na zrzucie 82 z 19 marca 2024 r. kosztowała 235 zł, a więc była o 11% droższa niż w ciągu 30 dni poprzedzających wprowadzenie obniżki. Zgodnie z informacją na stronie internetowej najniższa cena dla tego produktu wynosiła 211 zł. Dzień później, tj. 20 marca 2024 r., pomimo braku zmiany ceny sprzedaży, dla tego samego produktu w Serwisie podano inną najniższą cenę z 30 dni przed obniżką (258 zł). W rezultacie tę samą bluzę (w tej samej cenie) przedstawiono jako tańszą o 9% względem najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Zmieniła się również szata graficzna przedstawionych cen - cenę sprzedaży oraz wielkość „obniżek” przedstawiono na czerwono, dodając równocześnie etykietę „Okazja” w galerii zdjęć produktu.
- [135] Modyfikacja najniższej ceny z 30 dni przed obniżką w opisanych warunkach może również skutkować wrażeniem zwiększenia „obniżki”. Ma to miejsce w sytuacjach, gdy pierwotnie produkt oferowany był w niższej cenie niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Przykładowo, bransoletka przedstawiona na zrzucie nr 84 z 23 listopada 2024 r. sprzedawana była z 30-procentowym rabatem względem najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Dzień później, tj. 24 listopada 2024 r., wielkość obniżki, pomimo braku zmiany ceny sprzedaży, wzrosła do 53%.
- [136] Skala nieprawidłowości przy podawaniu najniższej ceny z 30 dni przed obniżką wskazuje w ocenie Prezesa Urzędu na systemowe luki w mechanizmie podawania ww. ceny (brak zastosowania efektywnych mechanizmów blokujących tego rodzaju powtarzające się błędy).
- [137] Skalę nieprawidłowości obrazują ustalenia poczynione w oparciu o analizę zrzutów ekranu przedstawiających ceny produktów oferowanych przez tego samego sprzedawcę utrwalone w serwisie Zalando.pl (wersja desktop) dla okresów 14-dniowych lub dłuższych, z widocznym wybranym rozmiarem. Łącznie w przypadku 139 produktów objętych weryfikacją najniższej ceny z 30 dni przed obniżką w różnych okresach lat 2023-2025 w aż 52 przypadkach w okresie objętym monitorowaniem wzrosła najniższa cena z 30 dni przed obniżką, pomimo że nie wzrosła cena sprzedaży (nie wprowadzono nowej obniżki) ani nie doszło do zmiany sprzedawcy. Oznacza to, że w przypadku 37,41% z analizowanych przypadków stwierdzono nieprawidłowości w zakresie podawanej najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.

Dowód: notatka z dnia 24 listopada 2025 r., karta nr 2830-2838

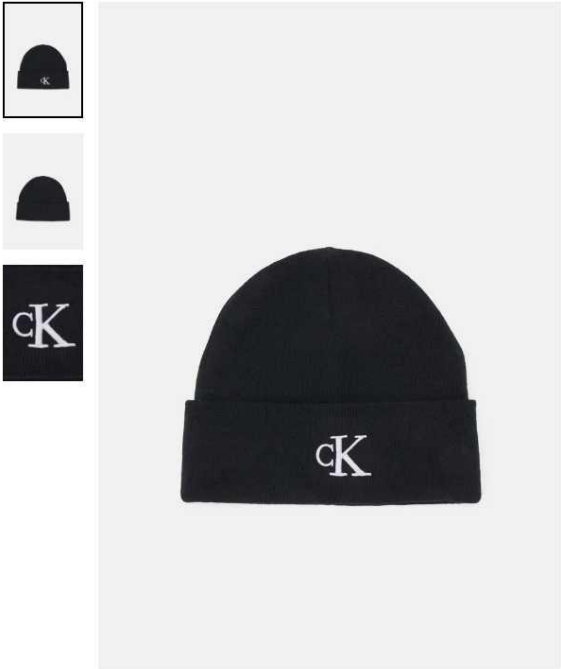
- [138] Na podstawie przytoczonych wyżej przykładów oraz statystyk wykrytych nieprawidłowości za niewiarygodne należy uznać pojawiające się w toku postępowania twierdzenia Spółki²², iż nieprawidłowości wynikają z pojedynczych, przypadkowych błędów technicznych. Przeczy temu zarówno skala wykrytych nieprawidłowości jak również różne okresy w latach 2023-2025, produkty i sprzedawcy, w przypadku których wykryto nieprawidłowości, a także xxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

²² Takie twierdzenia Spółki pojawiały się m.in. w piśmie z dnia 6 października 2023 r., a także w piśmie z dnia 4 sierpnia 2025 r. oraz w piśmie z dnia 17 grudnia 2025 r.

Promocje na kolejne stylizacje? Skorzystaj z zimowej wyprzedaży już teraz! >>


Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL

Nowości **Odzież** Obuwie Sport Akcesoria Premium Kosmetyki **Wyprzedaż %** Marki Pre-Owned Szukaj



Calvin Klein Jeans
UNISEX - Czapka
139,00 zł w tym VAT

Kolor: **black**



One Size

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**

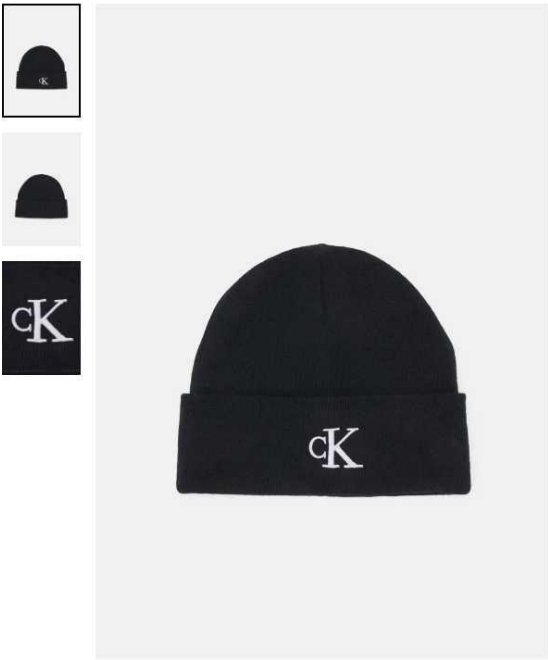
Czw 23 Sty Przesyłka standardowa **za darmo**

Zrzut ekranu nr 101 (fragment) z dnia 21.01.2025 r. ze strony www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-embro-beanie-unisex-czapka-black-c1854p016-q11.html. Protokół z dnia 14 sierpnia 2025 r.

Promocje na kolejne stylizacje? Skorzystaj z zimowej wyprzedaży już teraz! >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL


Nowości **Odzież** Obuwie Sport Akcesoria Premium Kosmetyki **Wyprzedaż %** Marki Pre-Owned Szukaj



Calvin Klein Jeans
UNISEX - Czapka
118,00 zł w tym VAT

Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 116,00 zł
Cena regularna: 139,00 zł

Kolor: **black**



One Size

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**


Czw 23 Sty - Pią 24 Sty Przesyłka standardowa **za darmo**

Zrzut ekranu nr 102 (fragment) z dnia 22.01.2025 r. ze strony www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-embro-beanie-unisex-czapka-black-c1854p016-q11.html. Protokół z dnia 14 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Prezenty Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Szukaj



**Tommy Hilfiger
FUZZY - Czapka**

151,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 113,00 zł
Cena regularna: 189,00 zł

Kolor: **beige**

One Size

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando


Wto 10 Gru **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 103 (fragment) z dnia 8.12.2024 r. ze strony www.zalando.pl/tommy-hilfiger-essential-flag-fuzzy-beanie-czapka-beige-to151b0af-b11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 30 dni na darmowy zwrot

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Wyprzedaż % Pre-owned Szukaj



**Tommy Hilfiger
FUZZY - Czapka**

161,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 161,00 zł
Cena regularna: 189,00 zł

Kolor: **beige**

One Size (Pozostał tylko 1 egzemplarz)

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando


Pon 17 Lut - Śro 19 Lut **4,99 zł**
Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

Zrzut ekranu nr 104 (fragment) z dnia 13.02.2025 r. ze strony www.zalando.pl/tommy-hilfiger-essential-flag-fuzzy-beanie-czapka-beige-to151b0af-b11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

Najnowsze trendy w super cenach! Zobacz swoją garderobę na wisko!

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer **Wyprzedaż %** Pre-owned



Tommy Hilfiger
FUZZY - Czapka

170,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 161,00 zł
Cena regularna: 209,00 zł

Kolor: **beige**



One Size (Pozostałych egzemplarzy: tylko 2)

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**


Śro 26 Lut - Pią 28 Lut **4,99 zł**
Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

Zrzut ekranu nr 105 (fragment) z dnia 21.02.2025 r. ze strony www.zalando.pl/tommy-hilfiger-essential-flag-fuzzy-beanie-czapka-beige-to151b0af-b11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

Najnowsze trendy w super cenach! Zobacz swoją garderobę na wisko!

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL


Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer **Wyprzedaż %** Pre-owned



Tommy Hilfiger
FUZZY - Czapka

161,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 161,00 zł
Cena regularna: 209,00 zł

Kolor: **beige**



One Size (Pozostałych egzemplarzy: tylko 2)

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu





Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę **Zalando**

Wto 25 Lut - Czw 27 Lut **4,99 zł**
Międzynarodowa dostawa
[Zobacz więcej](#)

Zrzut ekranu nr 106 (fragment) z dnia 22.02.2025 r. ze strony www.zalando.pl/tommy-hilfiger-essential-flag-fuzzy-beanie-czapka-beige-to151b0af-b11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

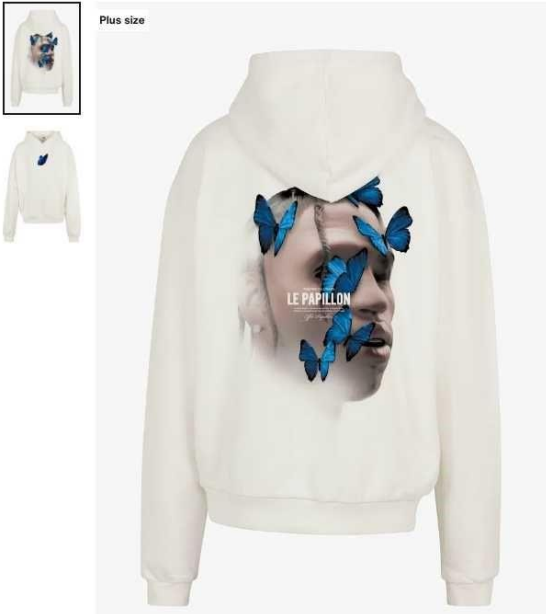
[157] Podobne sytuacje przedstawiono na poniższych zrzutach ekranu.

Ulubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned


Plus size




Upscale by Mister Tee
Bluzza


122,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~122,00 zł~~
Cena regularna: ~~349,00 zł~~ -65%

Kolor: wielokolorowy







L 

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **Urban Classics**

 **Pią 9 Lut - Czw 15 Lut** **za darmo**
Przesyłka standardowa

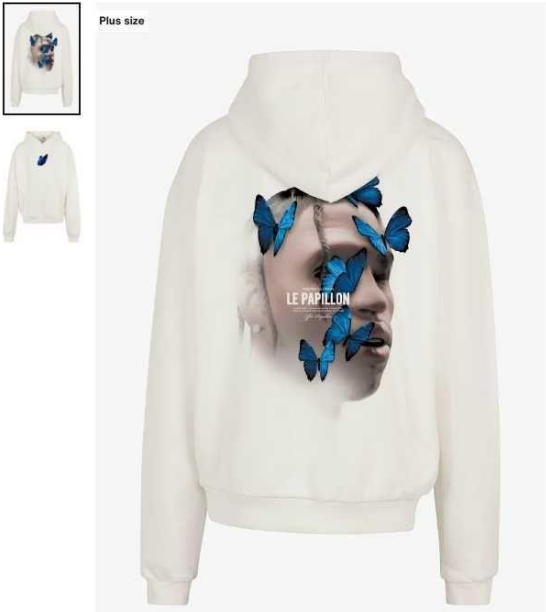
Zrzut ekranu nr 107 (fragment) z dnia 3.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_upscale-by-mister-tee-heavy-oversize-bluzza-ready-for-dye-up722s000. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Ulubione marki w niższych cenach! Odkryj zimową wyprzedaż >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned


Plus size




Upscale by Mister Tee
Bluzza


139,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~122,00 zł~~ +14%
Cena regularna: ~~349,00 zł~~ -60%

Kolor: wielokolorowy



L 

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **Urban Classics**

 **Czw 8 Lut - Śro 14 Lut** **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 108 (fragment) z dnia 4.02.2024 r. ze strony www.zalando.pl_upscale-by-mister-tee-heavy-oversize-bluzza-ready-for-dye-up722s000. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Dziś Cyber Monday! Skorzystaj ze zniżek tylko do północy>>

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Cyber Monday Prezenty Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer Szukaj

Pieces
PCAMINA - Ocieplacze getry

79,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 71,00 zł
Cena regularna: 99,00 zł

Kolor: **black**

One Size

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Ten produkt zawiera 50%:
Materiał z recyklingu

[Sprawdź te informacje](#)

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando

Zrzut ekranu nr 109 (fragment) z dnia 2.12.2024 r. ze strony www.zalando.pl_pieces-pcamina-legwarmer-ocieplacze-getry-black-pe351g0pc-q11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety Mężczyźni Dzieci **zalando** PL

Prezenty Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Beauty Premium Designer **Wyprzedaż %** Szukaj

Pieces
PCAMINA - Ocieplacze getry

98,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 71,00 zł
Cena regularna: 99,00 zł

Kolor: **black**

One Size

Dodaj do koszyka

To jeden z naszych najpopularniejszych artykułów w tym miesiącu

Ten produkt zawiera 50%:
Materiał z recyklingu

[Sprawdź te informacje](#)



Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę Zalando

Zrzut ekranu nr 110 (fragment) z dnia 3.12.2024 r. ze strony www.zalando.pl_pieces-pcamina-legwarmer-ocieplacze-getry-black-pe351g0pc-q11.html. Protokół z dnia 28 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj





GAP

Bluza z kapturem

195,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~189,00 zł~~ +7%
Cena regularna: ~~229,00 zł~~ -15%

Kolor: **granatowy**



L

Sprzedaż i dostawa przez przedsiębiorcę **zalando**



Pią 8 Mar - Pon 11 Mar **za darmo**
Przesyłka standardowa

Zrzut ekranu nr 114 (fragment) z dnia 6.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl/gap-arch-bluza-z-kapturem-navy-gp022s078-k11.html?size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.

Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci **zalando** PL

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned Szukaj

Okazja

Smilodox

UNISEX ROCCO - Bluza z kapturem

87,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: ~~145,00 zł~~ -40%
Cena regularna: ~~266,00 zł~~ -67%

Kolor: **czarny**

L

Jest to jeden z naszych najpopularniejszych i najbardziej zwracanych artykułów

Sprzedaż i dostawa przez **Smilodox**.






Czw 4 Kwi - Wto 9 Kwi **za darmo**
Przesyłka standardowa

Bezpłatna przesyłka i zwrot

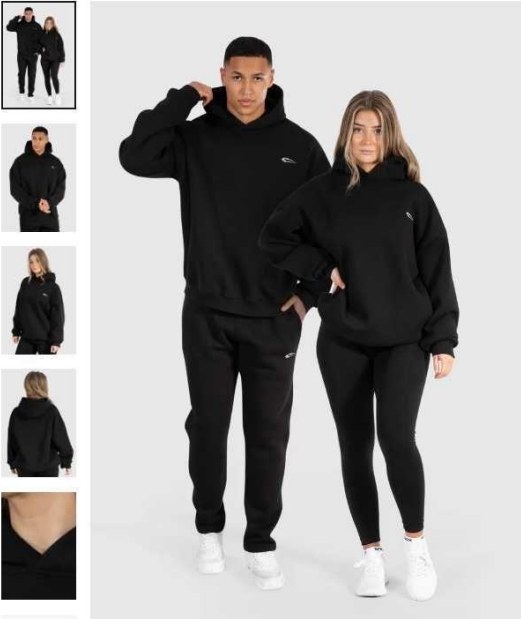
100-dniowe prawo zwrotu

Zrzut ekranu nr 115 (fragment) z dnia 28.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl_smilodox-bluza-z-kapturem-schwarz-smd44j002-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.


Pomoc i kontakt Standardowa dostawa za darmo od 59 zł i darmowy zwrot* 100 dni na darmowy zwrot

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    

Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Kosmetyki Premium **Promocje %** Pre-owned




Smilodox UNISEX ROCCO - Bluza z kapturem


145,00 zł w tym VAT 
 Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 87,00 zł +67%
 Cena regularna: 266,00 zł -45%


Kolor: czarny


L

Dodaj do koszyka 

Sprzedaż i dostawa przez **Smilodox**.






 **Czw 4 Kwi - Wto 9 Kwi** za darmo
Przesyłka standardowa

 **Bezpłatna przesyłka i zwrot**


 **100-dniowe prawo zwrotu**

Zrzut ekranu nr 116 (fragment) z dnia 29.03.2024 r. ze strony www.zalando.pl_smilodox-bluza-z-kapturem-schwarz-smd44j002-q11.html_size=L. Protokół z dnia 21 sierpnia 2025 r.


3,21 wyprzedził zimowa czas START. Nie przegap okazji >>

Kobiety **Mężczyźni** Dzieci  PL    


Karty upominkowe + Nowości Odzież Obuwie Sport Streetwear Akcesoria Premium Designer **Wyprzedzał %**




Calvin Klein Jeans Pasek


od 149,00 zł w tym VAT 
 Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 162,00 zł **nawet** -8%
 Cena regularna: 249,00 zł **nawet** -40%


Kolor: **black**





Wybierz rozmiar

Dodaj do koszyka 

 Jest to jeden z naszych najpopularniejszych i najbardziej zwracanych artykułów

 **Wto 31 Gru - Wto 7 Sty** za darmo
Przesyłka standardowa

 **Bezpłatna przesyłka i zwrot**

 **100-dniowe prawo zwrotu**

Zrzut ekranu nr 117 (fragment) z dnia 29.12.24 ze strony <https://www.zalando.pl/calvin-klein-jeans-round-mono-plaque-belt-pasek-black-c1852d06q-q12.html>., Protokół z dnia 12 września 2025 r.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

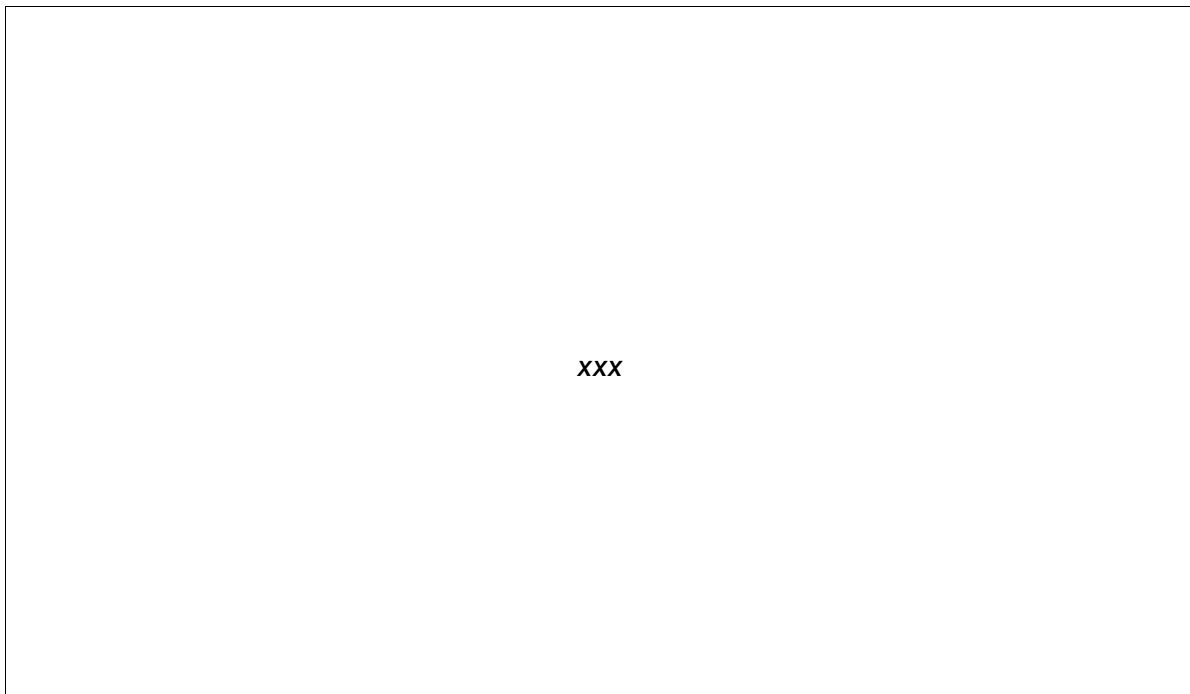
[181] XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

[182] XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Dowód: pismo Spółki z 6 października 2023 r., załącznik 1, pkt II.13, karta nr 598-667; pismo Spółki z 4 sierpnia 2025 r., załącznik 1, pkt II, II.9, II.11-16, karta nr 1057-1492; pismo Spółki z 17 września 2025 r., załącznik 1, pkt V, karta nr 1627-1639; pismo Spółki z 24 września 2025 r., załącznik 1, pkt VII.3, karta nr 1640-1658

[183] XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

[184] XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX



Dowód: pismo Spółki z 6 października 2023 r., załącznik 8, karta nr 598-667

tych butów i jest podane że najniższa cena z ostatnich 30 dni wynosi 469 zł a są w sprzedaży za 352zł.

→ Pismo konsumenta z dnia 17 maja 2024 r. (RPW/35918/2024)

22 kwietnia 2024 r. zakupiłam towar którego wartość wynosiła 221,25 zł Obecna cena to 269,00 zł na promocji a najniższa wyświetlana to 299,00 zł co nie jest prawdą.

→ Pismo konsumenta z dnia 8 lipca 2024 r. (RPW/49652/2024)

Dzisiaj odkryłam, że buty, które wczoraj w Zalando kupiłam za 130 zł zamiast 259 zł, dzisiaj kosztują 255 zł i są w teorii przecenione o 20%, bo wg sklepu najniższa cena w ostatnich 30 dniach to 319 zł, co jest ewidentnym kłamstwem.

→ Pismo konsumenta z 9 stycznia 2025 r. (RPW/1647/2025)

Zalando stosuje złe praktyki obserwuję jeden między innymi produkt jest cena 119 i po jakimś czasie robią cenę na czerwono jako produkt w cenie promocyjnej 119 zł.

→ Pismo konsumenta z 19 maja 2025 r. (RPW/41347/2025)

Zalando manipuluje że tam cena w ciągu 30 dni to 120 zł a ja od półtora miesiąca widzę że tam non stop cena 89 zł.

Obrót Spółki

[194] W oparciu o informacje przekazane przez Przedsiębiorcę Prezes Urzędu ustalił wysokość obrotu, jaki Zalando osiągnęła w związku z ogólną działalnością Spółki oraz obrotu, jaki Spółka osiągnęła w związku z działalnością polskiej wersji serwisu Zalando.pl. Ustalenia poczyniono w oparciu o dane liczbowe przekazane przez Zalando, oraz w wyniku analizy dokumentów finansowych tj. m.in. sprawozdania finansowego oraz sprawozdania z działalności za rok 2024 r. Prezes Urzędu ustalił, że we wskazanym okresie Spółka osiągnęła następujący obrót:

Rok	Obrót Spółki ogółem (w związku z działalnością serwisów na różnych rynkach)	Obrót Spółki w związku z działalnością serwisu Zalando.pl
2024	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx

Dowód: Pismo Spółki z dnia 16 maja 2025 r., karta nr 968-995; Pismo Spółki z dnia 30 czerwca 2025 r., karta nr 997-999; Pismo Spółki z dnia 4 sierpnia 2025 r., karta nr 1057-1492; Pismo Spółki z dnia 24 września 2025 r. karta: 1640-1658, Wydruk sprawozdania z działalności Spółki za rok 2024 karta: 2816-2491

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

[195] Stosownie do art. 1 ust. 1 oraz 2 uokik ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym.

Podejmowane działania mają na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli te praktyki wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

[196] Art. 1 ust. 2 uokik nie wyłącza osób prawnych z siedzibą za granicą z grona przedsiębiorców. W przedmiotowym stanie faktycznym działania Spółki wywołują skutki wobec konsumentów zamieszkałych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, dlatego zastosowanie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uzasadnione.

[197] W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, ponieważ wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów zarówno tych, którzy skorzystali z oferty Spółki i dokonali zakupu w serwisie Zalando.pl, jak i tych, którzy tylko przeglądają zawartość Serwisu, nie decydując się jednak na zakup. Na dzień 1 czerwca 2023 r. liczba zarejestrowanych użytkowników serwisu wynosiła xxxxxxxxxxxx (por nb. 16)

[198] Korzystanie z platform sprzedażowych cieszy się coraz większym zainteresowaniem. Konsumenty wybierają zakupy na Zalando.pl, gdyż z jednej strony umożliwia im to dostęp do wielu produktów, np. odzieży, obuwia, akcesoriów, kosmetyków, sprzedawanych przez różnych sprzedawców. Z drugiej strony oferowane produkty często można kupić w obniżonej cenie, korzystając z funkcji filtrowania według wybranych przez konsumentów kryteriów (w tym również wg ceny lub obniżki), co pozwala na szybsze znalezienie interesującego konsumenta produktu.

[199] Działania przedsiębiorcy analizowane w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzedzającego wydanie decyzji nie dotyczą zatem interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerokiego grona konsumentów-użytkowników Serwisu.

[200] Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się także w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów, które należy analizować nie tylko w kontekście naruszenia interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), ale również pozaekonomicznych, w tym zaufania konsumentów do przedsiębiorców działających na rynku usług e-commerce, w szczególności prawa do rzetelnej informacji o wysokości obniżki i oceny, czy dana obniżka wiąże się z rzeczywistą korzyścią cenową.

[201] Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez nią praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik

[202] Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik).

[203] Dla uznania działania przedsiębiorcy za sprzeczne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy poniższe przesłanki:

1. kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
2. działanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
3. działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

[204] Zarówno w orzecznictwie jak i w doktrynie powszechnie przyjmuje się, że „godzenie” w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i zagrożeniu³⁸. Przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że **nie liczba faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu**. Jak słusznie uznał Sąd Najwyższy w swoim rozstrzygnięciu „przedmiotem ochrony nie jest indywidualny interes konsumenta, ani suma interesów indywidualnych konsumentów, lecz interes zbiorowy. Zbiorowy to «odnoszący się do pewnej grupy osób lub zbioru rzeczy, właściwy jakiemuś zbiorowi, złożony z wielu jednostek, składający się na jakiś zbiór; gromadny, kolektywny, wspólny». Gramatyczna wykładnia pojęcia praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór”³⁹.

Status przedsiębiorcy

[205] Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2024 r. poz. 236, dalej: „upp”). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą, której definicja została określona w art. 3 upp, jako zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły.

[206] Jak wskazano w nb. 13, Zalando SE z siedzibą w Berlinie (Niemcy) jest europejską spółką akcyjną, prowadzącą działalność gospodarczą na podstawie wpisu do rejestru handlowego

³⁸ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 31 maja 2022 r., I NSKP 1/22.

³⁹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 września 2008 r., III SK 27/07.

prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Charlottenburgu (Niemcy) pod numerem HRB 158855. Zgodnie z tym wpisem przedmiotem działalności gospodarczej prowadzonej przez Spółkę jest opracowywanie, wprowadzanie na rynek i świadczenie usług internetowych (handel elektroniczny towarami różnego rodzaju, w szczególności odzieżą i obuwaniem).

[207] Zalando posiada zatem status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

[208] Sprzeczność z prawem praktyk opisanych w rozstrzygnięciu decyzji wynika z naruszenia ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2023 r. poz. 168, dalej jako: „uictu”) w przypadku praktyki opisanej w pkt I.1 decyzji oraz ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845, dalej: „upnpr”) w przypadku praktyki opisanej w pkt I.2 decyzji.

[209] Zgodnie z art. 3 pkt 4 uictu towar oznacza rzecz, również energię oraz prawa majątkowe zbywalne. Jak wynika z art. 2 pkt 3 upnpr przez pojęcie produktu należy rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

[210] Zgodnie z art. 2 pkt 7 upnpr przez produkt rozumie się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe, treści cyfrowe, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

[211] Na gruncie tej decyzji pojęcia „towaru” oraz „produktu” są stosowane zamiennie.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1 decyzji

[212] Praktyka, o której mowa w pkt I.1 decyzji, polega na nieinformowaniu o najniższej cenie towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na karcie towaru lub stronie marki, w przypadku informowania o obniżce przez przekreślenie cen lub wskazanie procentowej wysokości obniżki.

[213] Sprzeczność z prawem ww. praktyki wynika z naruszenia art. 4 ust. 2 uictu, który stanowi, że w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi obok informacji o obniżonej cenie uwidacznia się również informację o najniższej cenie tego towaru lub tej usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

[214] Przepis ten stanowi transpozycję art. 6a dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych

konsumentom (dalej jako: „dyrektywa 98/6/WE”)⁴⁰ i obowiązuje od 1 stycznia 2023 r. Zgodnie z ww. regulacją unijną, w każdym ogłoszeniu o obniżce ceny podaje się wcześniejszą cenę stosowaną przez podmiot gospodarczy przez określony okres przed zastosowaniem obniżki ceny.

[215] Jak wynika z Wytycznych Komisji Europejskiej dotyczących wykładni i stosowania ww. przepisu:

Nowym art. 6a dyrektywy w sprawie podawania cen uregulowano kwestię przejrzystości obniżek cen, wprowadzając przepisy szczegółowe mające zapewnić, aby obniżki rzeczywiście miały miejsce. Art. 6a ma zapobiec sztuczemu zawyżaniu ceny odniesienia przez podmioty gospodarcze lub wprowadzaniu konsumentów w błąd, jeżeli chodzi o wysokość obniżki. Zwiększa on przejrzystość i gwarantuje, że po ogłoszeniu obniżki ceny konsumenci faktycznie płacą za towary mniej⁴¹.

[216] Celem wprowadzenia omawianego obowiązku jest więc umożliwienie konsumentowi oceny, czy obniżka rzeczywiście ma miejsce, jaka jest jej wysokość i w konsekwencji czy jest ona dla niego atrakcyjna. Oceny tej dokonuje się przez pryzmat „najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki”, która stanowi jednolite kryterium porównania cen. Dzięki temu konsumenci mogą dokonywać bardziej świadomych wyborów.

[217] Jak wskazuje orzecznictwo, powołany przepis należy interpretować w powiązaniu z art. 4 ust. 1 uictu, formułującym generalny wymóg, zgodnie z którym w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług cena powinna być uwidoczniona w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen. W przypadku zatem art. 4 ust. 2 ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług, realizacja tego wymogu będzie przejawiać się wskazaniem informacji, że określona wartość liczbowa stanowi najniższą cenę danego towaru lub usługi, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki⁴².

[218] Jednocześnie ww. wartość liczbowa wskazana jako najniższa cena z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki nie może być jakąkolwiek wartością, lecz wartością ściśle określoną. Jak wskazano w dokumencie pn.: „Informacja o obniżce ceny Wyjaśnienia Prezesa UOKiK”⁴³ (dalej jako: Wyjaśnienia Prezesa UOKiK) dotyczącym informowania o obniżce cen:

Okres odniesienia dla obliczenia najniższej ceny z 30 dni przed obniżką obejmuje 30 dni kalendarzowych następujących ciągiem po sobie. Należy go ustalić w taki sposób, aby ostatnim jego dniem był dzień poprzedzający dzień, w którym po raz pierwszy można było kupić towar lub usługę w cenie obniżonej (...). Termin ten nie ulega zmianie, o ile promocja trwa na niezmiennych warunkach, nawet jeśli jest dłuższa niż 30 dni.

⁴⁰ Dyrektywę 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom Dz.U. L 80 z 18.3.1998, zmieniono dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniającą dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dz.U. L 328 z 18.12.2019).

⁴¹ Wytyczne z 29 grudnia 2021 r. dotyczące wykładni i stosowania art. 6a dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (2021/C 526/02) - Wprowadzenie.

⁴² Wyrok WSA z dnia 5 grudnia 2024 r. w sprawie o sygn. akt: V SA/Wa 1580/24.

⁴³ Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK (https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551, wyjaśnienia opublikowano 8 maja 2023 r.).

- [219] Najniższą ceną z 30 dni przed obniżką będzie zatem wartość liczbową odpowiadająca najniższej cenie, w której oferowany był dany produkt (konkretny jego wariant⁴⁴) w okresie 30 dni kalendarzowych poprzedzających wprowadzenie obniżki (nowej lub kolejnej). Dopóki produkt sprzedawany jest w niezmięnionej cenie w ramach tej samej obniżki, przedsiębiorca ma obowiązek podawać tę samą wartość jako najniższą cenę z 30 dni przed obniżką, niezależnie od czasu trwania obniżki⁴⁵. Nie ma przy tym znaczenia, czy ww. produkt został w tej cenie rzeczywiście sprzedany choć jednemu klientowi.
- [220] Art. 4 ust. 2 uictu adresowany jest do wszystkich przedsiębiorców, którzy informują o obniżce „w miejscu sprzedaży detalicznej i świadczenia usług”. Jak wskazano w Wyjaśnieniach Prezesa UOKiK dotyczących informowania o obniżce cen, pojęcie „miejsca sprzedaży” powinno być odnoszone nie tylko do fizycznego miejsca (np. sklep stacjonarny), lecz także do miejsca w internecie (np. sklep internetowy, platforma handlowa)⁴⁶. Pojęcie to powinno być definiowane przez pryzmat zakresu uictu obejmującej towary i usługi świadczone przez przedsiębiorców w rozumieniu art. 4 ust. 1 Prawo przedsiębiorców.
- [221] Jeśli komunikaty o obniżce pojawiają się na różnych etapach dokonywania zakupów w serwisie przedsiębiorcy, na każdym z nich powinna znaleźć się informacja o najniższej cenie z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, przepisy uictu nie przewidują bowiem możliwości odstąpienia od realizacji ww. obowiązku w przypadku przekazania ww. informacji w innym miejscu w serwisie.
- [222] „Informowanie o obniżce” obejmuje wszystkie sytuacje informowania przez przedsiębiorcę o obniżonej cenie, tj. zarówno sytuacje informowania o obniżce własnych towarów, jak i przypadki informowania o obniżce produktów sprzedawców trzecich w przypadku zorganizowania przez tego przedsiębiorcę przekazywania informacji o obniżce. Kluczowe dla oceny, że dany przedsiębiorca ponosi odpowiedzialność na gruncie art. 4 ust. 2 uictu jest zatem ustalenie, że przedsiębiorca ten ma decydujący wpływ na sposób prezentowania obniżek w miejscu sprzedaży. Wpływ ten może materializować się w szczególności przez udostępnianie sprzedawcom na platformie narzędzi do prezentowania obniżek. Jak wskazano w Wyjaśnieniach Prezesa UOKiK dotyczących informowania o obniżce cen⁴⁷, również pośrednicy internetowi (np. porównywarki cenowe lub platformy handlowe) są odpowiedzialni za realizację obowiązku informowania o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w przypadku udostępniania sprzedawcom narzędzi do prezentowania obniżek⁴⁸. Decyzję o udostępnianiu ww. narzędzi platformy podejmują dobrowolnie - uictu nie narzuca obowiązku informowania o obniżce w jakichkolwiek przypadkach, wiążąc z tą decyzją jednak konsekwencje w postaci obowiązków informacyjnych, tj. konieczności podania wraz obniżoną ceną najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.
- [223] W ustawie z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2024 r. poz. 1796) w art. 2 pkt 8 i 9 zdefiniowano pojęcia: internetowej platformy handlowej oraz dostawcy internetowej platformy handlowej, w następującym brzmieniu:

⁴⁴ Ceny produktów mogą różnić się np. w zależności od kolorów lub rozmiarów.

⁴⁵ Wydłużone okresy obniżek mogą jednak wiązać się z możliwością wprowadzenia konsumentów w błąd z uwagi na sprawianie w rażenia korzyści pomimo regularnego charakteru obniżki.

⁴⁶ Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK, pkt I, str. 5 (https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551, wyjaśnienia opublikowano 8 maja 2023 r.).

⁴⁷ Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK (https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551, wyjaśnienia opublikowano 8 maja 2023 r.).

⁴⁸ Pkt I Wyjaśnień Prezesa UOKiK, str. 5. Dyrektywa nie obejmuje zakresem usług.

- „8) internetowa platforma handlowa - usługa korzystająca z oprogramowania, w tym ze strony internetowej, z części strony internetowej lub aplikacji, obsługiwanego przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, w ramach której umożliwia się:
- a) konsumentom zawieranie z innymi przedsiębiorcami umów na odległość lub
 - b) osobom fizycznym niebędącym przedsiębiorcami zawieranie umów na odległość z innymi osobami fizycznymi niebędącymi przedsiębiorcami;
- 9) dostawca internetowej platformy handlowej - przedsiębiorca, który obsługuje internetową platformę handlową, dostarcza podmiotom, o których mowa w pkt 8, internetową platformę handlową lub umożliwia korzystanie z tej platformy”.

[224] W ocenie Prezesa UOKiK Spółka jest dostawcą internetowej platformy handlowej, gdyż w Serwisie prowadzonym przez Spółkę zarówno Spółka, jak i zewnętrzni sprzedawcy mogą oferować swoje produkty użytkownikom. Zalando dostarcza również sprzedawcom automatyczne rozwiązanie odpowiadające za wyświetlanie cen oraz kalkulację wysokości najniższej ceny z 30 dni przed obniżką w Serwisie (por. nb. 15, 30 i 160-168). Rozwiązania w zakresie wyświetlania cen na obniżkach są zbliżone w przypadku sklepu własnego Zalando, jak i w przypadku sprzedawców trzecich (Partnerów). W konsekwencji Spółka zobowiązana jest do realizacji obowiązków wynikających z art. 4 ust. 2 uictu.

Informowanie o obniżce w serwisie Zalando.pl

[225] Art. 4 ust. 2 uictu nie zawiera definicji „obniżki”. Zgodnie z Wyjaśnieniami Prezesa UOKiK dotyczącymi informowania o obniżce cen⁴⁹:

Określenie „informowanie o obniżce” należy interpretować szeroko z uwzględnieniem praktycznych sposobów prezentowania promocji na rynku. Samo sformułowanie „obniżka” oznacza zmniejszenie (w szczególności cen). Dla konsumentów oznacza to możliwość kupienia towaru lub usługi taniej, zaoszczędzenia, co skutkuje większą skłonnością do zainteresowania się ofertą. (...)

Informacją o obniżce będą zatem zarówno komunikaty słowne (...), graficzne jak i połączenie obu tych wariantów. Przykładowo:

- *posługiwanie się sformułowaniami informującymi o obniżce np. „okazja (cenowa)”, „promocja”, „wyprzedaż”, „rabat”, „zaoszczędź”, „taniej/korzystniej o ...”, „Black Friday”,*
- *prezentowanie znaku %, w szczególności z konkretną liczbą i znakiem „-”, np. - 20%,*
- *przekreślenie ceny,*
- *używanie szczególnej kolorystyki, zwłaszcza rzucającej się w oczy, np. czerwonej, żółtej, pomarańczowej,*
- *zestawienie ceny wyższej z niższą⁵⁰.*

[226] Podobnie do pojęcia „obniżki” podchodzi w swoich wytycznych Komisja Europejska. Wynika z nich, że art. 6a dyrektywy 98/6/WE (którego implementacją jest art. 4 ust. 2 uictu) *ma*

⁴⁹ „Informacja o obniżce ceny. Wyjaśnienia Prezesa UOKiK” zostały opublikowane 8 maja 2023 r. na stronie https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551.

⁵⁰ Pkt III.1 Wyjaśnień Prezesa UOKiK dotyczących informowania o obniżce cen, str. 8 i 9.

zastosowanie do oświadczeń promocyjnych sprzedawcy, zgodnie z którymi obniżył on cenę za towar(y). Na przykład obniżka ceny może zostać ogłoszona:

- *w ujęciu procentowym (%), np. „20 % taniej”, lub w postaci konkretnej kwoty, np. „10 EUR taniej”,*
- *poprzez podanie nowej (niższej) ceny wraz z podaniem poprzednio stosowanej (wyższej) ceny. Poprzednia cena może zostać przedstawiona w formie przekreślonej, np. „teraz 50 EUR, było 100 EUR” lub „50 EUR / 100 EUR”,*
- *za pomocą jakiegokolwiek innej techniki promocyjnej, np. „dzisiaj taniej o kwotę VAT”, która informuje konsumenta, że obniżka ceny jest równa wartości podatku VAT (co nie oznacza, że podatek VAT nie jest pobierany),*
- *poprzez przedstawianie aktualnej ceny jako ceny „wyjściowej” lub podobnej i podanie wyższej ceny jako nadchodzącej ceny normalnej⁵¹.*

[227] Za informowanie o obniżce należy uznać zatem każdy komunikat sugerujący, że produkt jest sprzedawany po niższej cenie niż wcześniej. Nie ma przy tym znaczenia, czy prezentowane korzyści są rzeczywiste - kluczowe jest bowiem, w jaki sposób konsumenci odbierają dany komunikat (tj. jako możliwość zakupu produktu taniej, zaoszczędzenia).

[228] Spółka stosuje różne sposoby przedstawiania obniżki w Serwisie i w internetowej reklamie zewnętrznej, tj. przekreślenia cen, wskazywanie procentowej wielkości obniżki, zestawienia cen, graficzne oznaczenia (czerwona etykieta „okazja”, czerwony kolor czcionki), słowne oznaczenia („okazja”, „nawet -X%”) - por. nb. 33. Spółka wykorzystuje ww. oznaczenia obniżek na różnych etapach ścieżki zakupowej w Serwisie (na listingu, na karcie produktu, w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie marki i na karcie produktu, w koszyku⁵², w udostępnianych mechanizmach filtrowania) i w internetowej reklamie zewnętrznej.

[229] Wskazane powyżej sposoby prezentowania cen należy uznać za informowanie o obniżce z uwagi na akcentowanie różnicy w aktualnej cenie sprzedaży i cenie sprzedaży w przeszłości (początkowej, regularnej, najniższej z 30 dni przed obniżką), a także wynikających stąd korzyści. Wielkość ww. różnicy (obniżki) może być wskazana wprost przez podanie wartości procentowej „oszczędności” lub pośrednio przez (często przykuwające wzrok) odniesienie do obowiązującej wcześniej ceny (przekreślenie ceny początkowej, regularnej, najniższej z 30 dni przed obniżką, zestawienie ceny sprzedaży jednej lub więcej, kolorystyczne zaakcentowanie jednej lub więcej z ww. cen).

[230] W ocenie Prezesa Urzędu przekreślenie ceny jest dla konsumentów jednoznacznym sygnałem świadczącym o obniżce. Przekreślenie ceny sygnalizuje, że cena ta już nie obowiązuje (jest wykreślona, a więc obowiązywała, ale jest nieaktualna). Przekaz jest tym bardziej jednoznaczny, gdy w pobliżu przekreślonej ceny znajduje się inna niższa cena, często wyróżniona graficznie, lub słowne nawiązanie do obniżki, np. przez użycia sformułowania „okazja”. Podobnie typowym sposobem ogłoszenia obniżki jest jej przedstawienie w ujęciu

⁵¹ Wytyczne z 29 grudnia 2021 r. dotyczące wykładni i stosowania art. 6a dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom (2021/C 526/02) - pkt 1.1.

⁵² Spółka zaprzestała prezentować informacje o obniżce w koszyku w Serwisie w dniu 26 lipca 2023 r.

procentowym. Przedstawienie znaku % jest powszechnie kojarzone z redukcją ceny, tym bardziej, gdy przy znaku „%” jest prezentowany znak „-”.

[231] Za informowanie o obniżce należy uznać również słowne określenia wskazujące na korzyści z oferty („okazja”, „nawet -X%”). W języku polskim słowo „okazja” definiuje się jako „wyjątkową sytuację sprzyjającą czemuś”⁵³. Podobny wydźwięk podkreślający wyjątkowość oferty ma słowo „nawet” jako wyrażenie zdziwienia mówiącego wywołanego jakąś „nietypową lub nieoczekiwaną sytuacją”⁵⁴. Oba te sformułowania w przypadku stosowania ich w odniesieniu do konkretnego towaru należy traktować jako informowanie o obniżce.

[232] Takie stanowisko jest zgodne z wyrokiem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie⁵⁵, w którym wskazano, że: (...) *poprzez umieszczenie na etykiecie towaru napisu „PROMOCJA” oraz zamieszczenie innej, wyższej ceny określonej jako „cena regularna” skarżąca sugerowała potencjalnemu nabywcy, że cena towaru została obniżona. (...) Sąd stwierdza, że użycie takiego zwrotu lub innego o podobnym charakterze (np. „obniżka”, „okazja”) powinno odnosić się do najniższej ceny danego towaru, obowiązującej w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, zgodnie z art. 4 ust. 2 uictu.*

Informowanie o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w serwisie Zalando.pl

[233] Opisane powyżej oznaczenia obniżek, w szczególności przekreślenia cen lub wskazanie procentowej wysokości obniżki, Spółka wykorzystuje na różnych etapach ścieżki zakupowej w Serwisie (na listingu, na karcie produktu, w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie marki i na karcie produktu, w koszyku⁵⁶, w udostępnianych mechanizmach filtrowania) i w internetowej reklamie zewnętrznej.

[234] Zgodnie z art. 4 ust. 2 uictu w każdym przypadku poinformowania o obniżce w Serwisie powinna być uwidoczniiona również najniższa cena z 30 dni przed obniżką.

[235] Do końca maja 2023 r. informacja o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką jedynie sporadycznie pojawiała się w Serwisie (por. nb. 54-58 i 79-83). Przykładowo, na 22 przypadki produktów w jednym rozmiarze, których sposób prezentacji zweryfikowano 30 maja 2023 r., informacja o najniższej cenie widoczna była tylko w 3 przypadkach (por. nb. 82). Ponadto Spółka z założenia nie wyświetlała ww. informacji na listingu, w podpowiedziach zakupowych, w koszyku ani na karcie produktu przed wyborem rozmiaru, pomimo że w tych miejscach znajdowały się informacje o obniżce. Również po wyborze rozmiaru nie we wszystkich przypadkach Spółka wyświetlała najniższą cenę⁵⁷ (por. np. zrzut ekranu 71-73). W części przypadków informacja była dostępna po kliknięciu w ikonę tzw. „okna informacyjnego” (por. zrzut ekranu poniżej - fragment zrzutu nr 55, czerwoną ramką zaznaczono miejsce na stronie, na które należało kliknąć, aby otworzyć okno z historią cen).

⁵³ <https://sjp.pwn.pl/sjp/okazja;2569611.html>.

⁵⁴ <https://sjp.pwn.pl/slowniki/nawet.html>.

⁵⁵ Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 10.12.2024 r., sygn. akt V SA/Wa 1896/24

⁵⁶ Spółka zaprzestała prezentować informacje o obniżce w koszyku w Serwisie dniu 26 lipca 2023 r.

⁵⁷ W tych przypadkach w Serwisie nie wyświetlała się ikona tzw. okna informacyjnego nawet po wyborze rozmiaru ani dla produktów w jednym rozmiarze.

- [239] 1 czerwca 2023 r. Spółka zastąpiła pojęcie „ostatniej najniższej ceny” sformułowaniem „najniższa cena z 30 dni przed obniżką”, a następnie (9 października 2023 r.⁵⁹) sformułowaniem „najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką”. Sformułowanie stosowane od 1 czerwca 2023 r. należy uznać za zgodne z wymogami art. 4 ust. 2 uictu.
- [240] Od 17 czerwca 2023 r. Spółka rozszerzyła wyświetlanie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką na karcie produktu, uwzględniając tę informację również przed wyborem rozmiaru. Analiza Prezesa Urzędu wykazała jednak, że do lutego 2024 r. zdarzały się przypadki niepodawania na karcie produktu najniższej ceny z 30 dni przed obniżką (por. zrzut ekranu nr 71-73).
- [241] Od 9 października 2023 r.⁶⁰ Spółka rozpoczęła wyświetlanie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką na listingu i w podpowiedziach zakupowych. Zrezygnowała również z wyświetlania informacji o obniżce w koszyku (lipiec 2023 r.).
- [242] Jednakże Spółka każdorazowo, niezależnie od skorzystania z konsumenta opcji filtrowania produktów, stosuje na listingu, w podpowiedziach zakupowych i na karcie produktu przed wyborem rozmiaru tzw. zagregowany sposób wyświetlania cen (w przypadku różnych cen dla różnych rozmiarów produktu każdorazowo wyświetlane są najniższa cena sprzedaży, najniższa cena regularna i najniższa cena z 30 dni przed obniżką wybrane spośród wszystkich rozmiarów⁶¹). Wskutek tej decyzji Spółki w przypadku korzystania przez konsumentów przy wyszukiwaniu z opcji filtrowania według rozmiaru ceny wyświetlane na listingu (wszystkie, nie tylko najniższa cena z 30 dni przed obniżką) mogą być nieprawidłowe. To, czy faktycznie konsumentowi zostanie wyświetlona prawidłowa cena (zgodna z założonymi kryteriami wyszukiwania), zależy od tego, czy wybrany przez niego rozmiar będzie sprzedawany w najniższej cenie (analogicznie, czy najniższa cena z 30 dni przed obniżką dla tego rozmiaru będzie najniższą ceną spośród cen dla wszystkich rozmiarów). Sytuację tę ilustruje poniższy przykład (fragmenty zrzutów ekranu 63-64). W przypadku wyszukiwania zielonej sukienki w rozmiarze M konsument na listingu widzi sukienkę w cenie 55 zł (najniższa cena z 30 dni przed obniżką wynosi 82 zł, wielkość obniżki 33%, cena regularna to 109 zł). Po przejściu na kartę produktu dla wybranego uprzednio rozmiaru wyświetlane są mu zupełnie inne ceny.

⁵⁹ Daty różniły się w zależności od wersji Serwisu. W tej dacie wprowadzono ostatnie zmiany.

⁶⁰ Daty różniły się w zależności od wersji Serwisu. W tej dacie wprowadzono ostatnie zmiany.

⁶¹ Nie muszą to być ceny dla tego samego produktu.

Anna Field
- Sukienka z dżerseju

4.2 ★★★★★ 911 oceny/ocen

75,00 zł w tym VAT
Najniższa cena w okresie 30 dni przed obniżką: 104,00 zł -28%
Cena regularna: 149,00 zł -50%

Kolor: green/white

🔍 Szukasz czegoś w tym stylu? [Pokaż podobne artykuły](#)

M

Dodaj do koszyka

[Ustaw przypomnienie](#)

Sprzedaj i dostawa przez przedsiębiorcę [Zalando](#)

[243] W konsekwencji nie można uznać, że Spółka w przypadku korzystania przez konsumentów z udostępnionych mechanizmów filtrowania prawidłowo realizuje obowiązek wynikający z art. 4 ust. 2 uictu. Pojęcie towaru, do którego odnosi się przepis, należy interpretować w kontekście przekazywania informacji o obniżce, w tym mając na uwadze, czy produkt występuje w jednym czy kilku wariantach (kolorystycznych, rozmiaru). Najniższa cena powinna odnosić się do ceny jak najbardziej skonkretyzowanego produktu. Za niedopuszczalne należy uznać wyświetlanie ceny sprzedaży dla jednego wariantu produktu, a najniższej ceny z 30 dni przed obniżką dla innego wariantu, w sytuacji jasnego określenia przez konsumenta parametrów wyszukiwania.

[244] Spółka nie ma obowiązku udostępniania konsumentom funkcji filtrowania i sortowania. Jeśli jednak decyduje się takie funkcje udostępniać, muszą one zapewniać realizację obowiązku wynikającego z art. 4 ust. 2 uictu. W przypadku zatem określenia przez konsumenta kryteriów wyszukiwania produktów w określonym rozmiarze, wyświetlana najniższa cena z 30 dni przed obniżką powinna dotyczyć tego rozmiaru.

[245] Wprowadzane w Serwisie zmiany uwzględniające prezentację najniższej ceny z 30 dni przed obniżką nie znalazły żadnego odzwierciedlenia w internetowej zewnętrznej reklamie aż do xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. W czasie, gdy w Serwisie była już prezentowana najniższa cena z 30 dni przed obniżką, w reklamie nadal jedynym punktem odniesienia dla prezentowanych obniżek była cena początkowa lub regularna (por. nb. 160-175). W toku postępowania Spółka przekazała zrzuty ekranu przedstawiające reklamy zawierające „najniższą cenę” z krótkiego okresu xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx nie przekazując xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx. Jednocześnie w przekazanych materiałach Spółka nie posługuje się jednoznacznym sformułowaniem wskazującym na wielkość „najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki”, lecz określeniem „najniższa cena” (por. zrzut ekranu nr 45). W tym zakresie aktualna pozostaje argumentacja przedstawiona w nb. 230 decyzji. W ocenie Prezesa Urzędu przekazane materiały - z uwagi na ww. okoliczności - nie świadczą jednoznacznie o zmianie praktyki w tym zakresie.

- [251] W sytuacji gdy Spółka nie podaje najniższej ceny z 30 dni przed obniżką (np. listing, koszyk), konsument nie ma żadnego, nawet minimalnego punktu odniesienia, który pozwoliłby mu ocenić rzeczywistą wielkość obniżki oraz jej atrakcyjność. W jeszcze gorszym położeniu znajduje się konsument, któremu wyświetla się najniższa cena z 30 dni przed obniżką, jednak cena ta wskazana jest nieprawidłowo, czego konsumenci najczęściej nie są świadomi. Praktyka Spółki narusza pozaekonomiczne interesy konsumentów przejawiające się w braku możliwości uzyskania rzetelnej informacji o obniżce i na tej podstawie podjęcia świadomej decyzji zakupowej (np. wyboru określonego kontrahenta lub towaru). Brak informacji o najniższej cenie z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki uniemożliwia podjęcie takiej decyzji.
- [252] Użyteczność informacji o najniższej cenie z 30 dni potwierdzają badania socjologiczne przeprowadzone w maju 2024 r. Zgodnie z nimi 69% respondentów wskazuje na potrzebę uwzględnienia na etykiecie produktu najniższej ceny z 30 dni przed obniżką w przypadku prezentowania procentowej obniżki ceny produktu⁶³. Co więcej, to właśnie najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest dla większości respondentów (61%) wystarczającym punktem odniesienia, żeby ocenić korzyści płynące z obniżki⁶⁴.
- [253] Praktyka narusza również interesy ekonomiczne konsumentów z uwagi na możliwość zainteresowania się ofertą przedsiębiorcy, a następnie zakupu danego produktu, który konsument mógłby pominąć, gdyby od początku (np. na etapie listingu) uzyskał komplet rzetelnych informacji. Konsumenci bazują na informacjach widocznych na platformie, działając w zaufaniu do przedsiębiorcy. Oferta z obniżką, dla której nie podano najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, może więc wydać się konsumentowi bardziej atrakcyjna niż np. oferta, dla której podano ww. cenę. Interes ekonomiczny konsumenta może zatem zostać naruszony przez skłonienie go do zakupu produktu w cenie, która w rzeczywistości nie jest okazjna.
- [254] Praktyka wskazana w punkcie I.1. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 uokik.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.2 decyzji

- [255] Zgodnie z art. 3 upnpr zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Jak stanowi art. 4 ust. 2 tej ustawy, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk.
- [256] W myśl art. 5 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zgodnie z ust. 3 pkt 5 ww. przepisu wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej.
- [257] Zgodnie z art. 2 pkt 7 upnpr przez decyzje dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona

⁶³ Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 62.

⁶⁴ Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 64.

uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.

- [258] Jak stanowi art. 5 ust. 4 upnpr, przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.
- [259] Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnpr wymaga zatem wykazania zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
- [260] Dla stwierdzenia występowania praktyki rynkowej wprowadzenia w błąd nie będzie miało znaczenia, czy faktycznie doszło do zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta. Wprowadzenie w błąd skutkuje przede wszystkim zniekształceniem lub możliwością zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta przez wytworzenie u niego mylnego przekonania co do charakteru i warunków zawieranej umowy.

Model przeciętnego konsumenta

- [261] Z uwagi na to, że upnpr odwołuje się do pojęcia przeciętnego konsumenta, należy wskazać, że zgodnie z art. 2 pkt 8 tej ustawy przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak: wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.
- [262] W świetle kwestionowanych praktyk, brak jest podstaw do wyróżniania szczególnej grupy konsumentów, której dotyczyły działania Spółki. Grupę klientów serwisu Zalando.pl tworzą osoby korzystające z internetu, w tym z serwisu za pośrednictwem strony internetowej www.zalando.pl w wersji desktopowej, mobilnej lub przez aplikację. Działaniami Serwisu mogą być dotknięci mieszkańcy całego kraju. Są to osoby posiadające pewne umiejętności obsługi smartfonów, komputerów, potrafiące korzystać z platform zakupowych oraz płatności elektronicznych. Ich umiejętności wystarczają do dokonywania zakupów online.
- [263] Pomimo dysponowania pewnym zakresem umiejętności w zakresie korzystania z internetu i aplikacji mobilnych, przeciętny konsument może nie posiadać specjalistycznej wiedzy co do specyfiki działania serwisów internetowych, w tym w szczególności procedur wewnętrznych przedsiębiorcy (m.in. procedury kalkulacji wyświetlanej obniżki ceny). W związku z tym konsumenci nie mają możliwości zweryfikowania prawdziwości wszystkich informacji prezentowanych na platformie.
- [264] Jak wskazał Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie XVII AmA 160/14⁶⁵, „Przeciętny konsument zakłada, że przedsiębiorca jako profesjonalista jest podmiotem wiarygodnym. Dlatego kierowane do niego przez przedsiębiorców informacje odbiera w sposób dosłowny i traktuje je jako jasne, jednoznaczne i niewprowadzające w błąd”.

⁶⁵ Wyrok Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 9 maja 2017 r., sygn. akt XVII AmA 160/14

- [265] Z powyższych rozważań wynika, że przeciętny konsument działa w zaufaniu do przedsiębiorcy. Ma prawo oczekiwać, że dany serwis działa w uczciwy sposób, a przedstawione informacje są precyzyjne, jednoznaczne i zgodne z rzeczywistością. Zapoznając się z informacją o obniżce ceny produktu, przeciętny konsument zakłada, że jest ona prawdziwa i nie musi podejmować dodatkowego wysiłku w celu jej weryfikacji.
- [266] Przeciętny konsument wie, że przedsiębiorcy oferują obniżki cen towarów. Widząc wyróżnioną ofertę, np. zawierającą przekreślenie, oznaczenie procentowe obniżki, zestawienie 2 lub więcej cen, konsument może sądzić, że dany towar jest objęty obniżką i można go zakupić po korzystnej cenie i zaoszczędzić pewną kwotę pieniędzy. Obniżki „mobilizują” konsumentów do szybszego podejmowania decyzji zakupowych, aby nie stracić płynących z nich korzyści.
- [267] Konsument, decydując się na zakup konkretnego towaru, zwraca uwagę na atrakcyjność jego ceny⁶⁶ i dostępne promocje⁶⁷. Ma prawo oczekiwać, że informacja o obniżce, w tym informacja co do istnienia korzyści cenowej, zostanie mu przedstawiona rzetelnie przy pomocy niewprowadzających w błąd punktów odniesienia. Przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że przedsiębiorca będzie stosował w serwisie spójne podejście do prezentowania obniżek i nie będzie różnicował sposobu ich kalkulacji i prezentacji dla poszczególnych produktów.
- [268] Jak wynika z publikacji przygotowanej przez Europejską Organizację Konsumentów (BEUC)⁶⁸ - konsument w branży e-commerce znajduje się w pozycji asymetrii (zarówno wiedzy, jak i „siły”) względem przedsiębiorcy, powinien on tym bardziej otrzymywać wszystkie istotne dane, aby można było tę nierównowagę sił wyrównać. Działania przeciwne mogłyby zostać potraktowane jako nieuczciwe, noszące cechy tzw. dark patterns⁶⁹, o których mowa w raporcie OECD⁷⁰ z 2022 r.
- [269] Jednym z takich mechanizmów są praktyki polegające na efekcie zakotwiczenia (z ang. „anchoring effect”). Konsument, mając styczność z pierwszą informacją, np. informacją o korzystnej obniżce ceny, może przez jej pryzmat oceniać dalsze informacje, co w rezultacie sprawia, że pierwsza przekazana mu informacja akcentująca rzeczywiste lub pozorne korzyści z danej oferty może być rozstrzygająca w podejmowaniu decyzji nawet

⁶⁶ Tak też w badaniu przeprowadzonym przez EY w 2019 r. „Zachowanie zakupowe w dobie omni-channel” s.12 https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/pl_pl/topics/consumer-products/ey-mpj-raport_zachowania-zakupowe-w-dobie-omni-channel-201910.pdf.

⁶⁷ Zgodnie z badaniami socjologicznymi w przypadku zakupów towarów z kategorii odzież, obuwie, dodatki aż 57% respondentów wskazało, iż dokonuje transakcji zakupowych ze względu na promocję - tak: Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 22.

⁶⁸ Szerzej na ten temat: EU CONSUMER PROTECTION 2.0. Structural asymmetries in digital consumer markets, BEUC, marzec 2021, dostęp (28 grudnia 2022 r.): https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2021-018_eu_consumer_protection_2.0.pdf, s. 49-54.

⁶⁹ Według roboczej definicji Komitetu OECD do spraw Strategii Konsumentckiej są to „praktyki biznesowe, wykorzystujące elementy architektury cyfrowej umożliwiającej konsumentom wybór, zwłaszcza interfejsy stron internetowych, które wpływają negatywnie na autonomię konsumentów, podejmowanie przez nich decyzji lub dokonywanie wyboru. Często praktyki te mają manipulacyjny charakter i mogą powodować pośrednio lub bezpośrednio szkodę po stronie konsumenta”; definicja *dark patterns* została zawarta w raporcie „Dark commercial patterns. OECD digital economy papers” opublikowanym w październiku 2022 r., s. 8.

⁷⁰ Raport OECD opublikowany na stronie <https://www.oecd.org/digital/dark-commercial-patterns-44f5e846-en.html>, s. 9, 10 (Interface interference, Sneaking), Guidelines on the protection of the online consumer, s.8 <https://www.acm.nl/en/publications/guidelines-protection-online-consumer>, raport New York Law School “Cognitiv Cognitive Biases, Dark P e Biases, Dark Patterns, and the ‘Priv attens, and the ‘Privacy Paradox’”, <https://core.ac.uk/download/pdf/287298052.pdf>.

w zestawieniu z innymi informacjami. Następuje efekt „zakotwiczenia” informacji (z ang. „anchoring bias”), która staje się punktem odniesienia przy podejmowaniu decyzji np. zakupowych.

[270] Powyższy efekt zakotwiczenia jest szczególnie mocno zauważalny w podawanej w procentach wielkości obniżki, do której konsumenci często podchodzą bezkrytycznie. Tym bardziej, że przeliczenie oszczędności procentowych na konkretne kwoty sprawia konsumentom trudności⁷¹.

Wprowadzenie w błąd

[271] Praktyka, o której mowa w pkt 1.2 decyzji, polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w serwisie Zalando.pl przez:

- a) stosowanie w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), kryterium filtrowania „okazje” lub filtrowania z ustawieniem progów wskazujących na wysokość obniżki, które to narzędzia prezentują korzyści jedynie względem ceny „początkowej” niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki;
- b) postępowanie się w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki, sformułowaniem „okazja”, które uwzględnia korzyści jedynie względem ceny „początkowej” niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w przypadku gdy najniższa cena towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, nie jest wyższa od ceny zakupu;
- c) prezentowanie w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl, na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki, wysokości obniżki, która prezentuje korzyści jedynie względem „ceny początkowej” niebędącej najniższą ceną towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki.

[272] Sprzeczność z prawem ww. praktyki wynika z naruszenia przez Spółkę art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

[273] Pojęcie „korzyści cenowej” wiąże się z uzyskaniem przysporzenia majątkowego lub możliwości zaoszczędzenia, np. w postaci obniżenia dotychczasowych rachunków⁷². Korzyści prezentowane w ramach przyjętych przez przedsiębiorców strategii marketingowych powinny być dla konsumentów realne.

[274] Przy ocenie komunikatów wskazujących na możliwość uzyskania korzyści cenowej uwzględnić należy nie tylko ich treść, lecz także sposób prezentacji, w tym także kontekst, w jakim są konsumentom przedstawiane. „Korzyść cenową” mogą obiecywać konsumentom zarówno ogólne sformułowania, jak np. „okazja”, jak i konkretnie wskazane wartości (np. procentowe wielkości obniżek, odniesienia do liczbowo wskazanych cen referencyjnych). Zalando stosuje obie te formuły komunikacji. Korzyści te mogą być dodatkowo wskazywane

⁷¹ Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 6, 69.

⁷² Por. Wyrok Sądu Okręgowego - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 9 lutego 2022 r., XVII AmA 9/20.

przykuwającym uwagę sposobem prezentacji, np. z wykorzystaniem wyrazistych kolorów, co również ma miejsce w serwisie Zalando.pl.

- [275] W przypadku deklarowania korzyści przez procentowe wielkości obniżek ocena, czy doszło do wprowadzenia konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej zależy od tego, czy konsument ma możliwość otrzymania korzyści w tej konkretnej (deklarowanej) wysokości, a także od tego, czy korzyść ta jest realna, tj. w kontekście analizowanej sprawy, czy oferta przedstawiana konsumentowi jako obniżka w rzeczywistości nią jest.
- [276] Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje rozbudowany system oznaczania produktów jako oferowanych w obniżonej cenie na różnych etapach procesu zakupowego w Serwisie i w zewnętrznej reklamie internetowej (por. nb. 17-106). Spółka udostępnia również narzędzia służące do filtrowania i sortowania produktów, które umożliwiają zawężenie wyników wyszukiwania w oparciu o kryteria związane ceną i z istnieniem obniżki. Ich zastosowanie wpływa na katalog produktów, które widzi konsument i co do których żywi przekonanie, że - z uwagi na zastosowane filtry - są one atrakcyjne cenowo. W zewnętrznej reklamie internetowej, na listingu, na karcie produktu oraz w podpowiedziach zakupowych (na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki) Spółka prezentuje treści mające wywołać po stronie konsumenta wrażenie, że produkty są dostępne w obniżonych cenach (np. „-X%”, przekreślenia cen, etykieta „okazja”).
- [277] Powyżej opisana komunikacja steruje uwagą konsumentów i kreuje po ich stronie ogólne wrażenie opłacalności zakupu niektórych towarów, jednocześnie odciągając uwagę od rzeczywistego sposobu kalkulacji obniżki. Spółka wykorzystuje przykuwające uwagę elementy prezentacji „korzyści”, tj. oznaczenia graficzne (przekreślenia, procenty, etykiety), w tym także oznaczenia wykorzystujące rzucającą się w oczy kolorystykę (czerwoną czcionką, czerwone etykiety). Ogólne wrażenie korzyści cenowych płynących z zakupu określonych towarów zwiększa mnogość komunikatów o obniżce i różnorodność ich charakteru. Wykorzystanie różnych mechanizmów komunikacji tego samego przekazu wzmacnia jego siłę i perswazyjność. Taka strategia komunikacyjna sprawia, że przeciętny konsument odnosi wrażenie, że serwis Zalando.pl jest miejscem, gdzie jest dostępnych dużo produktów w okazyjnych cenach, co w wielu przypadkach nie znajduje jednak pokrycia w rzeczywistości. Stosowany przez Spółkę system prezentacji cen na obniżkach umożliwia bowiem przedstawienie jako okazyjnej oferty, której cena sprzedaży wzrosła w krótkim horyzoncie czasowym, np. w stosunku do poprzedniego dnia (por. nb. 143-159).
- [278] Tymczasem aby ocenić, czy faktycznie wystąpiła korzyść cenowa, każda organizowana przez przedsiębiorcę obniżka powinna mieć uzasadnienie w jego wcześniejszej praktyce handlowej. Jeśli w rzeczywistości cena komunikowana jako okazyjna, obniżona odnosi się do towaru, którego wcześniejsza cena nie odbiegała od aktualnie proponowanej ceny (lub była wręcz niższa od aktualnej), nie można uznać, iż wystąpiła korzyść cenowa, nawet jeśli w przeszłości (np. w momencie wprowadzenia produktu do obrotu) towar sprzedawany był drożej. Dlatego ocenę wystąpienia szczególnej korzyści cenowej oferty w ramach praktyki handlowej danego przedsiębiorcy należy przede wszystkim dokonać pod względem okoliczności, czy oferowany towar w obniżonej cenie był już w niedalekim okresie czasu dostępny w tej cenie. Upnpr nie zawiera w tym zakresie przepisów wskazujących na to, jaki okres przedsiębiorca powinien brać pod uwagę, aby można było uznać, że prezentowane przez niego korzyści cenowe są realne. W tym zakresie należy uwzględnić regulacje uictu.

[279] Jak wskazano w nb. 215, celem art. 4 ust. 2 uictu jest zagwarantowanie konsumentom łatwej oceny rzeczywistej wielkości rabatu i szybszych wyborów rynkowych na podstawie przejrzystych informacji dotyczących cen. Aktualne pozostają rozważenia Prezesa Urzędu dotyczące tego przepisu przedstawione w nb. 212-224. Punktem odniesienia dla prezentowania korzyści cenowych w sposób zapewniający realizację ww. celu i możliwość oceny rzeczywistych korzyści płynących z oferty powinna być zatem najniższa cena z 30 dni przed obniżką.

[280] Potwierdzeniem powyższej interpretacji są wytyczne Komisji Europejskiej⁷³, wyjaśnienia Prezesa Urzędu⁷⁴, a także stanowisko zawarte w wyroku Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 26 września 2024 r. - w sprawie C-330/23 Aldi Süd Dienstleistungs SE & Co.OHG, który orzekł, iż art. 6a ust. 1 i 2 dyrektywy 98/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 lutego 1998 r. w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom, zmienionej dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r., należy interpretować w ten sposób, że wymaga on, aby obniżka ceny produktu ogłaszana przez podmiot gospodarczy w formie albo wartości procentowej, albo zwrotu reklamowego mającego na celu podkreślenie korzystnego charakteru ogłoszonej ceny, została ustalona na podstawie „wcześniejszej ceny” w rozumieniu ust. 2 tego artykułu, (dop. UOKiK: a więc najniższej ceny z 30 dni przed obniżką). **Wynika z tego, że cena sprzedaży produktu przedstawiana w ogłoszeniu jako cena obniżona w rzeczywistości nie może być taka sama jak ta „wcześniejsza cena” czy wręcz wyższa od niej**⁷⁵. Według Trybunału, odstępstwo od tej zasady prowadziłoby do tego, że taka obniżka nie byłaby rzeczywiście ustalana na podstawie tej ceny, umożliwiłaby przedsiębiorcom, wbrew temu szczególnemu celowi, wprowadzenie konsumentów w błąd poprzez ogłoszenia o obniżkach cen, które nie są prawdziwe.

[281] Możliwość wprowadzania konsumentów w błąd przez nierzetelne wyznaczenie punktu odniesienia dla kalkulacji „obniżki” potwierdza również WSA w Warszawie w wyroku, w którym wskazano, że (wytluszczenia własne):

(...) poprzez umieszczenie na etykiecie towaru napisu „PROMOCJA” oraz zamieszczenie innej, wyższej ceny określonej jako „cena regularna” skarząca sugerowała potencjalnemu nabywcy, że cena towaru została obniżona. W rzeczywistości jednak cena, którą należało zapłacić za towar, była równa najniższej cenie obowiązującej w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. (...). Okoliczność, że poniżej mniejszym drukiem wskazano najniższą cenę z 30 dni przed obniżką, która nominalnie była równa cenie należnej za dany towar, nie eliminuje niejednoznaczności i wątpliwości wynikających z przedstawionego sposobu uwidaczniania cen. Uwidoczniony na etykiecie zwrot reklamowy „PROMOCJA” sugeruje, że cena towaru została obniżona w stosunku do wcześniej obowiązującej ceny. Sąd stwierdza, że użycie takiego zwrotu lub innego o podobnym charakterze (np. „obniżka”, „okazja”) powinno odnosić się do najniższej ceny danego towaru, obowiązującej w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, zgodnie z art. 4 ust. 2 uictu. W związku z tym należy uznać, że zastosowanie zwrotu reklamowego „PROMOCJA” w sytuacji, gdy cena, którą potencjalny nabywca miał zapłacić, była równa najniższej cenie towaru obowiązującej w okresie 30 dni przed

⁷³ pkt 2.1.

⁷⁴ pkt V.2.

⁷⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:62023CJ0330>.

stroną informacyjną produktu zawierającą wszystkie niezbędne informacje - takie jak prawidłowa wcześniejsza cena i wyższa cena referencyjna stosowana do obliczenia wprowadzającego w błąd procentowego rabatu - uczestnicy nie byli w stanie dostrzec wprowadzającej w błąd praktyki⁷⁸.

[284] Podobne wnioski płyną z badań społecznych realizowanych na zlecenie Urzędu:

Zauważyć można również efekt zakotwiczenia w podawanej w procentach wielkości obniżki. Respondenci często podchodzą do niej bezkrytycznie, a podana wartość - nawet jeśli nie dotyczy przeceny, lecz bliżej nieokreślonej „ceny rekomendowanej” lub zniżki, ale tylko na drugi produkt - przyjmowana jest jako wartość obniżki⁷⁹.

[285] W konsekwencji dla zniwelowania skutków wprowadzającego w błąd prezentowania korzyści cenowych z danej oferty (nieistniejących bądź niższych niż deklarowane) nie jest wystarczające podanie przez przedsiębiorcę najniższej ceny z 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, nawet jeśli jest prawdziwa, co w części przypadków w serwisie Zalando.pl nie ma miejsca.

[286] Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, że Spółka prezentuje jako korzystne cenowo produkty, których cena sprzedaży nie zmieniła się lub wzrosła względem najniższej ceny obowiązującej w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki (a nawet względem ceny bezpośrednio poprzedzającej „obniżkę”). Sposoby prezentowania korzyści cenowych różnią się w zależności od miejsca, gdzie są one prezentowane (listing, karta produktu, wypowiedzi zakupowe, koszyk⁸⁰, reklama). W zależności od sposobu, w jaki konsument styka się z ofertą przedsiębiorcy, może mieć do czynienia z jednym, dwoma lub trzema aspektami praktyki opisaney w pkt I.2 decyzji (lit. a-c), które jednocześnie zwiększają się wzajemnego oddziaływania. Dodatkową argumentację w odniesieniu do poszczególnych aspektów praktyki prezentowania korzyści cenowych w Serwisie przedstawiono poniżej.

Ad litera a

[287] W toku postępowania Zalando udostępniało użytkownikom na listingu dwa rodzaje filtrów oparte o kryterium istnienia obniżki (filtr „Okazje”):

- A. filtr oparty o różnicę w cenie względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej),
- B. filtr oparty o wskazanie procentowej wielkości obniżki względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej).

[288] Filtr w modelu wskazanym pod literą A początkowo funkcjonował jako jedna z opcji filtrowania w ramach kategorii „Cena” (w postaci suwaka). Następnie jego nazwę zmieniono na „Cena różni się od ceny regularnej”, z zachowaniem dotychczasowych funkcjonalności. Jednocześnie filtr o nazwie „Okazje” udostępniono w zakładce „Sortuj”. Pomimo przeniesienia tej funkcjonalności do zakładki sortowania nadal zachowuje ona cechy filtra, tj. nie uwzględnia wyświetlania produktów według określonej kolejności, lecz według określonych kryteriów. W praktyce oznacza to, że po zaznaczeniu filtra „Okazje” w serwisie Zalando.pl wyświetlają się zarówno produkty, których cena jest niższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką, jak i produkty, których cena jest niższa jedynie od ceny regularnej,

⁷⁸ Ibidem, s. 8. Jak wskazano na s. 11 liczba konsumentów dzielących ww. ocenę wynosiła 87-94%.

⁷⁹ Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 6.

⁸⁰ Od 26 lipca 2023 r. w koszyku nie jest prezentowana najniższa cena z 30 dni przed obniżką.

bez zachowania żadnej określonej kolejności (por. nb. 40-53, 165, 173). Spółka zrezygnowała natomiast z udostępniania filtra opisanego pod literą B.

[289] W języku polskim słowo „okazja” definiuje się jako „wyjątkową sytuację sprzyjającą czemuś”⁸¹. Zalando postępuje się pojęciem „okazji” w odniesieniu wykorzystywanych kryteriów filtrowania ofert widocznych na listingu w serwisie Zalando.pl. W ocenie Prezesa Urzędu znaczna część „okazji” wskazywanych przez Spółkę nie cechuje się jednak przymiotem wyjątkowości w zakresie obowiązujących cen.

[290] W wynikach wyszukiwania zakreślonych z wykorzystaniem filtra „Okazje” (na dzień wydania decyzji dostępnego w opcji „Sortuj”) znajdują się zatem towary:

- i. dla których najniższa cena z 30 dni przed obniżką będzie równa cenie regularnej (wcześniej: początkowej), a wyższa od ceny sprzedaży,
- ii. dla których najniższa cena z 30 dni przed obniżką będzie niższa od ceny regularnej (wcześniej: początkowej), a wyższa od ceny sprzedaży,
- iii. dla których najniższa cena z 30 dni przed obniżką będzie niższa od ceny regularnej i od ceny sprzedaży, tj. w ciągu miesiąca przed „obniżką” towary były już sprzedawane taniej.

[291] W pierwszym przypadku (i.) prezentowana korzyść cenowa rzeczywiście może mieć miejsce. W drugim przypadku (ii.) korzyść cenowa może mieć miejsce w wysokości deklarowanej dla najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, przy czym konsument ma możliwość weryfikacji tej informacji dopiero od 9 października 2023 r. (z wyjątkami), gdy Spółka zaczęła uwzględniać tę informację na listingu (jednocześnie w pojedynczych przypadkach cena ta nie była wyświetlana nawet w lutym 2024 r. - por. zrzut ekranu 73).

[292] W obu jednak przypadkach to, czy deklarowane korzyści rzeczywiście mają miejsce, zależy od tego, czy podana na listingu najniższa cena z 30 dni przed obniżką jest prawidłowa, co jak już wskazywano, nie zawsze ma miejsce. Podanie na listingu nieprawidłowej najniższej ceny z 30 dni przed obniżką (a następnie wykorzystanie jej przez mechanizmy filtrowania) może mieć miejsce z uwagi na luki systemowe w mechanizmie kalkulacji tej ceny (por. nb. 113-140) oraz ze względu na stosowanie mechanizmu wyświetlania tzw. ceny zagregowanej, która w przypadku filtrowania produktów według rozmiaru nie uwzględnia cen dla wybranego rozmiaru, co może skutkować wyświetlaniem nieadekwatnej dla produktu w wybranym rozmiarze najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Faktycznego zaistnienia ww. nieprawidłowości nie da się z góry przewidzieć, gdyż zależą od konkretnej konfiguracji parametrów ofert i kryteriów wyszukiwania. Konsument nie jest w stanie samodzielnie zidentyfikować ww. nieprawidłowości, a zatem nawet jeśli jedynie część wyników wyszukiwania jest nimi dotknięta, wpływa to na działanie całego mechanizmu.

[293] W trzecim przypadku, o którym mowa w nb. 290 (ii.), w okresie objętym postępowaniem praktyka Spółki ulegała licznym zmianom. Początkowo Spółka nie prezentowała najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, kalkulując „oszczędności” względem ceny początkowej (obecnie: regularnej). Następnie najniższa cena z 30 dni podawana była bez skalkulowania względem niej „oszczędności” lub podwyżka wskazywana była w formie procentowej (np. +50%, por. nb. 91). Zmiany wprowadzane na karcie produktu, a następnie na listingu, miały w dalszej kolejności wpływ na działanie filtrów.

⁸¹ <https://sjp.pwn.pl/sjp/okazja;2569611.html>.

- [294] Pomimo że na dzień wydania decyzji Spółka, w przypadku gdy cena sprzedaży jest wyższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką, nie wyświetla już „oszczędności” przedstawionych w postaci procentowej, przez zestawienie ceny sprzedaży z ceną regularną sugeruje istnienie korzyści cenowej, która nie ma jednak miejsca. Taki system prezentacji cen umożliwia przedstawianie podwyżek jako obniżek. Punktem odniesienia dla kalkulacji takiej „obniżki” jest cena regularna (wcześniej: początkowa) samodzielnie ustalana przez sprzedawcę. Jednocześnie Zalando nie stosuje ograniczeń w zakresie dopuszczalności wprowadzania zmian w cenie regularnej, co skutkuje tym, że sprzedawcy mogą podwyższać cenę regularną, a następnie obniżać ją, by oferta wydawała się korzystniejsza (por. zrzuty ekranu nr 113-118).
- [295] Jak wskazano w nb. 283, badania behawioralne potwierdzają, że konsumenci działają w dużym zaufaniu do przedsiębiorców i traktują przekazywane przez nich dane jako pewne, nawet jeśli prezentacji oferty towarzyszy prawidłowo wskazana najniższa cena z 30 dni przed obniżką.
- [296] Stosowany przez Spółkę filtr „Okazje” wprowadza zatem w błąd, gdyż w sposób konsekwentny uwzględnia kalkulację wielkości obniżki jedynie w oparciu o cenę regularną (wcześniej: początkową). Konsument korzystający z ww. narzędzi udostępnionych przez Spółkę zainteresowany jest jedynie ofertami zapewniającymi mu realną możliwość zaoszczędzenia. Powinien być więc on rzetelnie informowany, jaka jest wysokość korzyści cenowej. Oparcie wyników wyszukiwania o cenę regularną (wcześniej: początkową) niebędącą najniższą ceną z 30 dni przed obniżką skutkuje przedstawieniem konsumentowi jako szczególnie korzystnych ofert, które nie umożliwiają osiągnięcia oszczędności na deklarowanym przez Spółkę poziomie. Jednocześnie konsument może nie być tego świadomy na etapie filtrowania interesujących go produktów, gdyż nie ma możliwości weryfikacji sposobu działania udostępnionych przez Spółkę narzędzi ani występowania nieprawidłowości w mechanizmie wyświetlania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.
- [297] Oferty widoczne po zastosowaniu filtrów mogą się konsumentom wydać najkorzystniejsze, podczas gdy porównanie rzeczywistych korzyści płynących z warunków cenowych mogłoby doprowadzić konsumentów do konkluzji, że korzystniejsze są inne oferty, w ogóle nieujęte w danych wynikach wyszukiwania.

Ad litera b

- [298] Jak wskazano powyżej, Spółka prezentuje produkty w obniżonej cenie na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki, m.in. postępując się **sformułowaniem „okazja”** w postaci graficznej etykiety w kolorze czerwonym z białym napisem o ww. treści (por. nb. 73-78).
- [299] Do 21 lipca 2023 r. omawiana etykieta była stosowana, w sytuacji gdy cena zakupu była niższa od ceny regularnej (wcześniej: początkowej). Mechanizm stosowania etykiety zmienił się wraz z wprowadzeniem na karcie produktu informacji o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką. Na dzień wydania decyzji etykieta stosowania jest co do zasady w przypadkach, gdy cena sprzedaży jest niższa od prezentowanej w Serwisie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką⁸², a zatem gdy z danej oferty faktycznie płyną dla konsumentów korzyści cenowe.

⁸² Nie we wszystkich takich przypadkach etykieta będzie jednak zastosowana (por. nb. 39 i 76).

- [300] Podobnie jednak jak w przypadku mechanizmu filtrowania również stosowanie etykiety „Okazja” obarczone jest systemowymi błędami związanymi z nieprawidłowo wyświetlaną najniższą ceną z 30 dni przed obniżką. Aktualna w tym zakresie pozostaje argumentacja przedstawiana w nb. 113-140.
- [301] W przypadku nieprawidłowego podawania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką z powodu luk systemowych wady te dotyczą również karty produktu, a zatem przejście przez konsumenta z listingu na kartę produktu nie skutkuje prawidłowym (tj. odzwierciedlającym korzyści względem najniższej ceny z 30 dni przed obniżką) zastosowaniem etykiety „Okazja”.
- [302] W przypadku rozbieżności wynikających ze stosowania systemu tzw. cen zagregowanych po przejściu na kartę produktu wyświetlane są informacje właściwe dla wybranego uprzednio przez konsumenta rozmiaru (w tym również etykieta „Okazja” korespondująca z ceną dla danego rozmiaru). Niezależnie od tego konsument nie ma możliwości weryfikacji, czy nie zachodzi błąd w wyświetlaniu najniższej ceny z 30 dni przed obniżką wynikający z luki systemowej w stosowanym mechanizmie. W konsekwencji etykieta „Okazja” w sposób pewny uwzględnia jedynie korzyści cenowe skalkulowane względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej), która z kolei podlega zmianom wprowadzanym przez sprzedawców. Takie sytuacje potwierdzają przykłady przywołane w stanie faktycznym. Przykładowo na rzucie ekranu nr 83 widnieje etykieta „Okazja”, pomimo że cena od poprzedniego dnia, gdy produkt nie był oferowany w obniżonej cenie (i nie był oznaczony etykietą „Okazja”), nie uległa zmianie.
- [303] W przypadku produktów, które w określonym ustawowo czasie (30 dni przed obniżką), mogły zostać zakupione po cenie korzystniejszej (lub takiej samej), nie można mówić o mającej miejsce „okazji” (rozumianej jako wyjątkowej sytuacji sprzyjającej zakupowi w korzystnej cenie), a co za tym idzie korzyści cenowej. W niedalekiej przeszłości taka wyjątkowa sytuacja miała już bowiem miejsce. Spółka, prezentując korzyść cenową z zastosowaniem wyeksponowanego komunikatu w części przypadków opartego o nierzetelne kryteria (nieprawidłowo podaną najniższą cenę z 30 dni przed obniżką), tworzy u konsumentów nieprawdziwe przekonanie co do wystąpienia szczególnej korzyści cenowej i tym samym wprowadza konsumentów w błąd. Nie ma przy tym znaczenia, że w części przypadków etykieta „Okazja” odzwierciedla rzeczywiste korzyści płynące z oferty - konsument nie ma bowiem możliwości zweryfikować, z jakim przypadkiem ma do czynienia.

Ad litera c

- [304] Spółka prezentuje również korzyści cenowe w serwisie Zalando.pl na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku⁸³ lub w podpowiedziach zakupowych na stronie głównej, na stronie towaru lub stronie marki także przez wskazanie **wysokości obniżki**. Może mieć to miejsce bezpośrednio w postaci liczbowej przez wskazanie procentowej oszczędności lub pośrednio przez zestawienie ceny regularnej (wcześniej: ceny początkowej) z ceną, za którą można zakupić produkt. Na dzień wydania decyzji w obu tych przypadkach wskazana jest w Serwisie najniższa cena z 30 dni przed obniżką. Stosowana przez Spółkę zewnętrzna reklama internetowa co najmniej do listopada 2024 r. bazowała na prezentowaniu obniżki w formie procentowej oszczędności obliczanej od ceny początkowej

⁸³ Do lipca 2023 r.

lub regularnej (Spółka stosuje oba pojęcia zamiennie), bez wskazania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Przykłady dla okresu 19-22 września 2025 r. z serwisów Mety wskazują na postępowanie się jako punktem odniesienia w tym okresie pojęciem „najniższej ceny”.

[305] Podobnie jak w przypadku mechanizmu filtrowania i stosowania etykiety „Okazja” prezentowanie wysokości obniżki dotknięte jest wadą związaną z nieprawidłowym podawaniem w Serwisie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką. Jeśli bowiem wysokość tej ceny podana jest w sposób nieprawidłowy, również wielkość „obniżki” będzie obliczona w sposób nieprawidłowy. Ilustrują to zrzuty ekranu nr 74-99. W konsekwencji jedynym pewnym punktem odniesienia przy prezentowanych obniżkach jest cena regularna (wcześniej początkowa).

[306] W przypadku jednak nawet prawidłowego podawania w Serwisie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką Spółka z założenia dopuszcza możliwość prezentacji fałszywej obniżki (np. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx), gdy cena sprzedaży jest wyższa niż najniższa cena z 30 dni przed obniżką. W okresie objętym postępowaniem Spółka stosowała różne mechanizmy wyświetlania takiej ceny (najniższa cena z 30 dni podawana była bez skalkulowania względem niej „oszczędności” lub podwyżka wskazywana była w formie procentowej, np. +50%, por. nb. 91).

[307] Na dzień wydania decyzji tj. 31 grudnia 2025 r. Spółka stosuje zestawienie cen zapisanych szarą czcionką, bez wskazania wielkości „oszczędności”. Nie zmienia to jednak faktu, że konsument odbiera taki sposób prezentacji jako obniżkę, z uwagi na zaakcentowanie różnic cenowych między ceną sprzedaży a ceną z przeszłości. Jednocześnie wskazana w tym sposobie prezentacji najniższa cena z 30 dni przed obniżką wyraźnie utwierdza konsumenta w przekonaniu, że jakaś „obniżka” miała miejsce. W sytuacji niekonsekwentnego stosowania różnych oznaczeń obniżek, w tym kolorystyki zmieniającej się pomiędzy poszczególnymi etapami ścieżki zakupowej, informacja o „najniższej cenie z 30 dni przed obniżką” jest to jedyny stały punkt sugerujący konsumentowi, że ma do czynienia z obniżką. Jak pokazują jednak przywoływane przykłady (por. zrzuty ekranu nr 113-118), w rzeczywistości konsument może mieć do czynienia z podwyżką.

[308] Spółka stoi na stanowisku, że taki sposób prezentacji stanowi „porównanie” cen nie zaś obniżkę⁸⁴. Porównanie z założenia powinno jednak dotyczyć innych cen niż te ustalane przez ten sam podmiot dla tego samego produktu. Jak wskazano w Wyjaśnieniach Prezesa UOKiK dotyczących informowania o obniżce cen:

Porównaniem nie jest zestawienie cen tego samego produktu oferowanego przez przedsiębiorcę, które obowiązują lub obowiązywały (np. cena sprzedaży i mediana ceny, cena sprzedaży i cena początkowa). Taką sytuację należy potraktować jak obniżkę i poinformować o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką⁸⁵.

[309] Jak wskazano już powyżej, orzecznictwo, w szczególności wyrok TSUE w sprawie C-330/23, potwierdza, że w takich przypadkach cena sprzedaży produktu przedstawiana w ogłoszeniu jako cena obniżona w rzeczywistości nie może być taka sama jak najniższa cena z 30 dni przed obniżką czy wręcz wyższa od niej.

⁸⁴ Pismo z 26 lipca 2023.

⁸⁵ https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19551 (wyjaśnienia opublikowano 8 maja 2023 r.), s. 23.

Wpływ na decyzję konsumenta

- [310] Jak wskazano powyżej, opisana komunikacja steruje uwagą konsumentów i kreuje po ich stronie ogólne wrażenie opłacalności zakupu niektórych towarów, jednocześnie odciągając uwagę od rzeczywistego sposobu kalkulacji obniżki.
- [311] Cena i promocja są bardzo ważnymi czynnikami wpływającymi na wybory konsumentów. Z badania „Polaków Portfel Własny: oszczędny jak Polak”⁸⁶ wynika, że ponad 50% Polaków w 2023 r. zdecydowało się bardziej oszczędzać i zwracać uwagę na wydatki. Jedną z podjętych przez nich strategii oszczędnościowych jest szukanie okazji cenowych. Aż 82% badanych w wieku 18-29 lat regularnie szuka promocji i wyprzedzący (64% niezależnie od grupy wiekowej).
- [312] Trendy te potwierdzają również badania zlecone przez Urząd. „Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” wskazuje, że konsumenci robiąc zakupy w kategorii „odzież, obuwie, dodatki”, wybierają produkty aktualnie będące w promocji (57%), kupują produkt tylko dlatego, że jest w promocji, mimo że nie planowali jego zakupu (31%), korzystając z promocji, kupują więcej niż zaplanowali (39%)⁸⁷. Również w kontekście zakupów w internecie konsumenci deklarują duże znaczenie promocji, potwierdzając, że wchodzi na stronę internetową/ aplikację sklepu internetowego poprzez kliknięcie w reklamę, która dotyczyła promocji (41%), a korzystając ze sklepu oglądają przede wszystkim produkty w promocji (52%)⁸⁸.
- [313] Spółka na różnych etapach ścieżki zakupowej wykorzystuje oznaczenia pokazujące wysokość obniżki, która w sposób rzetelny prezentuje korzyści jedynie względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej). Konsument wchodząc na stronę przedsiębiorcy może sugerować się prezentowanymi mu korzyściami, które poprzez sugestywne oznaczenia prezentowane na różnych etapach, utrwalają poczucie korzystności, mimo że realnie oferta może nie być tak atrakcyjna jak sprawia wrażenie.
- [314] Stosowane przez Spółkę poszczególne aspekty praktyki wpływają na to, jakie produktu konsument widzi (ze względu na zastosowane filtry), które przykuwają jego uwagę (z uwagi na zastosowaną kolorystykę oznaczeń) i które wydają się korzystne (z uwagi z prezentowaną wysokość obniżki względem ceny regularnej, wcześniej: początkowej). W rezultacie przeciętny konsument może zdecydować się na zakup produktu, na który nie zdecydowałby się, mając pełną informację o korzyściach cenowych płynących z zakupu (lub ich braku).
- [315] W sytuacji gdy Spółka stosuje narzędzia, które filtrują produkty z uwzględnieniem korzyści tylko względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej) konsument może nie widzieć produktów, które są faktycznie przez niego pożądane, ponieważ narzędzie filtrujące lub wybrany próg korzyści⁸⁹ nie odzwierciedlają rzeczywistej korzyści cenowej. Wśród produktów wyświetlanych konsumentowi po wyborze filtra „Okazje” (zarówno przed zmianą jego umiejscowienia wśród narzędzi filtrujących, jak i po) widoczne są oferty, które mają cenę obniżoną jedynie względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej). Konsument może się nimi zainteresować, sądząc, że z ich zakupem wiąże się możliwość zaoszczędzenia,

⁸⁶https://www.santanderconsumer.pl/gfx/santander/userfiles/_public/20230321_raport_ppw_czas_oszczedzania_fin.pdf str.14.

⁸⁷ Wpływ promocji na zachowania zakupowe - Raport z badania ilościowego CAWI dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2024 przygotowany przez ARC rynek i opinie, s. 17.

⁸⁸ Ibidem.

⁸⁹ Narzędzie od 21 lipca 2023 r. nie jest już dostępne.

podczas gdy w rzeczywistości oferty nieoznaczone w jakikolwiek szczególny sposób mogłyby okazać się korzystniejsze. W konsekwencji konsument widzi inne produkty niż te, które powinien widzieć, gdyby narzędzia te miały prawidłowy próg odniesienia w postaci (prawdziwej) najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.

- [316] Badania behawioralne wskazują, że: *wśród uczestników, którzy sortowali produkty według najwyższego procentu rabatu, duży udział (40%) zakończył się zakupem produktu docelowego [objętego fałszywą obniżką]. Zachowanie osób, które skorzystały z opcji sortowania, sugeruje, że opcje sortowania/filtrowania oparte na rabatach (takie jak filtrowanie tylko produktów ze zniżką lub sortowanie według wielkości rabatu) mogą działać jako wzmacniacze wprowadzających w błąd rabatów⁹⁰.*
- [317] Również postępowanie się przez Spółkę etykietą „okazja”, która w sposób rzetelny uwzględnia korzyści jedynie względem ceny „początkowej” niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki i prezentowanie wysokości obniżki w oparciu o ten sam mechanizm, wywołuje po stronie konsumenta wrażenia, że produkt jest atrakcyjny cenowo. Dodatkowo tego rodzaju komunikacja jest spotęgowana rzucającą się w oczy kolorystyką.
- [318] W efekcie konsument jest „bombardowany” informacją o korzystności oferty, która może nie mieć pokrycia w rzeczywistości i bardziej skłonny do kliknięcia w ofertę oznaczoną w ten sposób. Kliknięcie to może go doprowadzić, zarówno do podjęcia decyzji o zakupie, jak i do rezygnacji z niego po przeanalizowaniu korzyści płynących z oferty - w tej drugiej sytuacji konsument traci jednak czas na porównywaniu poszczególnych ofert i poszukiwaniu interesującego go produktu.
- [319] Opisana praktyka może zatem stanowić nieuczciwą praktykę wprowadzającą w błąd, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 uokik.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez praktykę określoną w pkt I.2 decyzji

- [320] Opisana w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów rozumianych jako nieokreślony krąg osób korzystających z serwisu Zalando.pl, osób zainteresowanych zakupami online. Korzystać z Serwisu może każdy posiadający dostęp do Internetu zarówno za pośrednictwem komputera jak i urządzenia mobilnego. W konsekwencji potencjalnie każdy konsument może zostać wprowadzony w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w serwisie Zalando.pl poprzez stosowanie przez Spółkę narzędzi lub oznaczeń, które prezentują korzyści jedynie względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej), która nie jest najniższą ceną obowiązującą w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. W sytuacji opisanej w pkt I.2 lit. c decyzji narażeni na wprowadzenie w błąd są również konsumenci, którzy „zwabieni” okazijną ceną produktu wyświetlającą się w reklamie zewnętrznej (bez podania najniższej ceny z 30 dni przed obniżką), przechodzą na stronę Zalando.pl, a więc konsumenci, którzy mogli nigdy nie planować zostać klientami serwisu Zalando.pl, lecz po prostu zetknęli się z reklamą Serwisu, która wydała im się atrakcyjna, przy przeglądaniu internetu, np. serwisów informacyjnych.

⁹⁰ Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Sprawiedliwości i Konsumentów, Paczynski, W., Gold, N., Costa, S. i inni: Badanie behawioralne dotyczące przejrzystości obniżek cen, mające na celu wsparcie krajowych instytucji ochrony konsumentów. Sprawozdanie końcowe, 2025, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f1abadbc-b08e-11f0-b37f-01aa75ed71a1/language-en>, s. 12 [dostęp na 2 grudnia 2025 r.].

- [321] Praktyka narusza ekonomiczne interesy konsumentów z uwagi na możliwość zainteresowania się ofertą przez konsumenta, która określana jest przez Spółkę jako okazyjna, a w rzeczywistości niebędąca nią. Konsument, kierując się w głównej mierze korzyścią cenową płynącą z ewentualnego zakupu, mógłby nie zdecydować się na dany produkt, wiedząc jaka jest ona w rzeczywistości i skorzystać z atrakcyjniejszej oferty.
- [322] Jednocześnie, jak wskazują badania behawioralne, wprowadzające w błąd przedstawianie rabatów cenowych ma znaczący wpływ na wybory dokonywane przez konsumentów, nawet jeśli obok rabatu wskazano prawidłową najniższą ceną z 30 dni przed obniżką⁹¹. Wpływu wprowadzenia w błąd nie niweluje zatem przedstawianie w Serwisie najniższej ceny z 30 dni przed obniżką.
- [323] Praktyka Spółki godzi także w pozaekonomiczny interes konsumentów, gdyż konsument jest narażony na utratę czasu związaną z przeglądaniem ofert, które w przypadku wskazania rzetelnego punktu odniesienia byłyby nieatrakcyjne dla niego. W przypadku filtrowania konsument widział jedynie część ofert a części mógł w ogóle nie zobaczyć. Taka sytuacja powoduje rozczarowanie i poczucie utraty zaufania do przedsiębiorcy.
- [324] Zgodnie z badaniami behawioralnymi dotyczącymi przejrzystości obniżek cen uczestnicy badania, którzy podejmując decyzję o zakupie nie byli świadomi wysokości prawidłowego rabatu, po dowiedzeniu się, jaka była rzeczywista korzyść z obniżki (mniejsza niż początkowo zakładali uczestnicy) czuli się gorzej, niż zanim dowiedzieli się o wprowadzającej w błąd wysokości rabatu. Wyniki powyższego badania świadczą o występującym poczuciu rozczarowania wśród konsumentów którzy kupując produkt myśleli, że uzyskają wyższy niż w rzeczywistości poziom oszczędności⁹². Również w przypadku rezygnacji z zakupu wskutek bardziej krytycznego przeanalizowania parametrów oferty, po stronie konsumenta dochodzi do utraty czasu i związanej z tym frustracji.
- [325] Praktyka wskazana w punkcie 1.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 uokik.

Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II i II rozstrzygnięcia decyzji)

- [326] Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 uokik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.
- [327] Katalog środków usunięcia trwających skutków naruszenia określony w przepisie art. 26 ust. 2 uokik jest przykładowy. W związku z tym Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę także inne niż wymienione w ustawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia, które są adekwatne do rodzaju stwierdzonego naruszenia oraz skutków, które to naruszenie

⁹¹ Komisja Europejska, Dykcja Generalna ds. Sprawiedliwości i Konsumentów, Paczynski, W., Gold, N., Costa, S. i inni: Badanie behawioralne dotyczące przejrzystości obniżek cen, mające na celu wsparcie krajowych instytucji ochrony konsumentów. Sprawozdanie końcowe, 2025, <https://data.europa.eu/doi/10.2838/1006594>, s. 11.

⁹² Komisja Europejska, Dykcja Generalna ds. Sprawiedliwości i Konsumentów, Paczynski, W., Gold, N., Costa, S. i inni: Badanie behawioralne dotyczące przejrzystości obniżek cen, mające na celu wsparcie krajowych instytucji ochrony konsumentów. Sprawozdanie końcowe, 2025, <https://data.europa.eu/doi/10.2838/1006594>, s. 39.

wywołało. Ocena adekwatności działań zmierzających do usunięcia skutków niedozwolonego zachowania musi być dokonana z uwzględnieniem możliwie najszerszego kontekstu postępowania przedsiębiorcy, któremu zarzucana jest praktyka o trwających skutkach.

- [328] W omawianej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zasadności zastosowania środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I. rozstrzygnięcia decyzji z uwagi na duży wpływ praktyk na decyzje zakupowe konsumentów, czego konsumenci mogą nie być świadomi.
- [329] Istotą opisywanego w niniejszej Decyzji naruszenia jest nieinformowanie o najniższej cenie towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl na różnych etapach ścieżki zakupowej, a także wprowadzanie konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w serwisie Zalando.pl przez stosowanie narzędzi, które prezentują korzyści jedynie względem ceny regularnej (wcześniej: początkowej) niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. W ocenie Prezesa Urzędu powyższe okoliczności uzasadniają zastosowanie środków usunięcia trwających naruszeń w postaci zobowiązania Zalando do publikacji Komunikatu i Oświadczenia w miejscach, gdzie konsumenci mogli zetknąć się z zakwestionowanymi praktykami, w więc w serwisie Zalando.pl, tj. na głównej stronie internetowej Spółki www.zalando.pl, w aplikacji Zalando, a także na portalach społecznościowych Facebook i Instagram, na których Spółka publikowała swoje reklamy.
- [330] Z punktu widzenia interesu publicznego - istotne jest to, aby zastosować skuteczny sposób dotarcia do adresatów decyzji. Określone środki mają zatem na celu usunięcie naruszenia w warstwie informacyjnej poprzez zapewnienie wiedzy co do tego, jak powinno wyglądać zachowanie przedsiębiorcy zgodne z prawem, a także mają na celu dotarcie do klientów Spółki - byłych i aktualnych.
- [331] W ocenie Prezesa Urzędu konsumenci mogą nie zdawać sobie sprawy z tego, że oddziaływały lub oddziałują na nich praktyki Spółki. Na skutek działań Przedsiębiorcy konsumenci nie otrzymywali wymaganych prawem informacji, a także byli wprowadzeni w błąd co do korzyści cenowych związanych z zakupami w Serwisie, co mogło prowadzić do podjęcia nieopłacalnych decyzji zakupowych. Zwłaszcza w przypadku podawania przez Spółkę nieprawidłowej najniższej ceny z 30 dni przed obniżką, konsumenci mogli nie zorientować się i nadal mogą nie orientować się, że prezentowane im ceny i korzyści cenowe nie są prawdziwe, gdyż nie mieli oni podstawy by poddawać pod wątpliwość informacje prezentowane przez Przedsiębiorcę, a także nie posiadali realnych narzędzi do ich weryfikacji.
- [332] Komunikat i Oświadczenie zamieszczone w serwisie Zalando.pl oraz na portalach społecznościowych (pkt II i III. rozstrzygnięcia decyzji) mają za zadanie poinformować o wydaniu i treści decyzji oraz wskazać, jakie praktyki stosowane przez Zalando zostały zakwestionowane przez Prezesa Urzędu. Środki w kształcie nałożonym na Przedsiębiorcę przez Prezesa Urzędu zrealizują cele informacyjne decyzji i usuną część skutków zakwestionowanych praktyk (deficyt wiedzy po stronie konsumentów o ich stosowaniu przez Spółkę).
- [333] W ocenie Prezesa Urzędu, nałożenie na Spółkę ww. obowiązków publikacyjnych zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentom będącym klientami Zalando jak również innym profesjonalnym uczestnikom rynku) informacji

o stosowanych przez Przedsiębiorcę praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązki te spełnią funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Mają bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób - zgodnie z prawem - możliwe jest kształtowanie interfejsu na platformach sprzedażowych ze szczególnym uwzględnieniem zasad uwidaczniania informacji o najniższej cenie towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki oraz informacji o istnieniu szczególnej korzyści cenowej. Powyższe środki mają mieć również znaczenie prewencyjne, zniechęcając Spółkę oraz innych przedsiębiorców do stosowania podobnego rodzaju praktyk. Jednocześnie mają ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych prawem obowiązków muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami.

- [334] Konsumentom mają prawo wiedzieć o stwierdzonych przez Prezesa Urzędu naruszeniach, w szczególności gdy mogły ich dotyczyć. Informacja o wydaniu decyzji jest istotna także dla konkurentów Serwisu, spełniając funkcję prewencji ogólnej. Nadto wydana decyzja spełnia również funkcję prewencji indywidualnej. Spółka wielokrotnie wprowadzała w Serwisie liczne zmiany w interfejsie dotyczące nie tylko jego wyglądu, ale też dostępnych funkcjonalności. Przedmiotowa decyzja wyznacza Spółce standardy, jakie należy uwzględnić przy projektowaniu platformy, aby jej funkcjonowanie było zgodne z prawem, a jej opublikowanie zapewni dotarcie tej informacji do wszystkich zainteresowanych w Spółce.
- [335] Zakres obowiązków publikacyjnych jest proporcjonalny do możliwości Spółki i wagi naruszeń. Realizacja nie będzie dla Spółki uciążliwa, gdyż nie wymaga podejmowania od Przedsiębiorcy kosztownych ani wymagających interwencji w strukturę interfejsu działań, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.
- [336] Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II i III rozstrzygnięcia decyzji.

Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)

- [337] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności nakładania kar przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który, decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną (penalną), jak i prewencyjną (dyscyplinującą) oraz wychowawczą (edukacyjną).
- [338] Podstawą obliczenia wysokości kary jest obrót osiągnięty przez Spółkę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Artykuł 106 ust. 3 uokik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje w pkt 1 m.in., że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.

- [339] W omawianej sprawie obrót został zatem ustalony na podstawie rachunku zysków i strat stanowiącego część sprawozdania finansowego Spółki za rok 2024. Dokument ten dotyczy działalności Spółki w związku z prowadzeniem serwisów Zalando w kilku krajach. Wartość obrotu za 2024 r. wynosiła xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2024 r., tj. 4,2730 zł, stanowi równowartość xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (stosownie do art. 5 uokik, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary).
- [340] Jednocześnie Prezes Urzędu ustalił, że w związku z działalnością polskiej wersji serwisu (Zalando.pl) w 2024 r. Spółka osiągnęła obrót w wysokości xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2024 r., tj. 4,2730 zł, stanowi równowartość xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.
- [341] Jak wskazano powyżej, kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu⁹³. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić, decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik).
- [342] Zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter stosowanych przez Spółkę praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki kary pieniężnej. Cena i promocja są bowiem jednymi z najważniejszych czynników oddziałujących na decyzje zakupowe konsumentów. Jednocześnie praktyki Spółki manifestowały się na wielu etapach ścieżki zakupowej konsumenta, zarówno w Serwisie, jak i poza nim (w reklamie internetowej), utrwalając skutki kwestionowanych naruszeń.
- [343] Zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia uokik daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Przy wymiarze kary Prezes Urzędu bierze pod uwagę, czy w danej sprawie naruszenie zostało dokonane umyślnie czy też nieumyślnie.
- [344] Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Dokonując oceny strony podmiotowej praktyk Spółki wskazanych w pkt I.1 i 1.2 rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu zważył

⁹³ Por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 14 lutego 2022 r., sygn. XVII AmA 23/20 oraz wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.

przede wszystkim, czy miała ona zamiar ich stosowania czy też praktyka ta była jedynie skutkiem niezachowania przez nią ostrożności wymaganej w danych okolicznościach.

- [345] Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyki spowodowane były niezachowaniem przez Spółkę należytego stopnia ostrożności oraz niedołożeniem wystarczających starań w dostosowaniu swojej działalności do obowiązujących regulacji prawnych.
- [346] Spółka, jako profesjonalista, powinna była zachować podwyższoną staranność jeszcze przed podjęciem przez Prezesa Urzędu jakichkolwiek działań. Będąc przedsiębiorcą, Zalando ma obowiązek posiadania wiedzy na temat obowiązujących norm prawnych oraz zapewniania zgodności swoich praktyk z prawami konsumenta. Obowiązek ten dotyczy zarówno przypadków gdy sprzedawcą jest Zalando jak i przypadków gdy sprzedawcą jest Partner. Należy przy tym zwrócić uwagę, że platforma handlowa w przypadku zapewniania sprzedawcom narzędzi (np. do prezentowania obniżek ceny) musi zapewnić zgodność tych narzędzi z przepisami prawa. Niezależnie od tego obowiązku, do Spółki było kierowane wezwanie miękkie, w którym Prezes Urzędu wskazał na nieprawidłowości co do prezentowania przez Zalando informacji o cenach w trakcie obniżek. W ww. wystąpieniu Prezes Urzędu zwrócił Spółce uwagę na konieczność dostosowania w tym zakresie swojej praktyki.
- [347] W świetle powyższego należy stwierdzić, że stosując zarzucane praktyki, Spółka działała co najmniej nieumyślnie, co w konsekwencji skutkuje wypełnieniem przesłanki z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, umożliwiającej nałożenie kary pieniężnej.
- [348] Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.
- [349] Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia decyzji miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej, Prezes Urzędu każdorazowo w pierwszej kolejności dokonywał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalał kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary - dokonywał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia Decyzji

- [350] W pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie to polega na nieinformowaniu

o najniższej cenie towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki, w reklamie internetowej zewnętrznej dostępnej na stronach internetowych innych niż serwis Zalando.pl oraz w serwisie Zalando.pl na etapie wyboru towaru (listingu), na karcie towaru, w koszyku lub w wypowiedziach zakupowych na stronie głównej, na karcie towaru lub stronie marki, w przypadku informowania o obniżce przez przekreślenie cen lub wskazanie procentowej wysokości obniżki. W toku postępowania Spółka rozpoczęła wskazywanie w Serwisie i (nie w pełni prawidłowo z uwagi na zastosowany skrót „najniższa cena”) reklamie wartości opisanej jako najniższą cenę z 30 dni przed obniżką (ostatnie nieprawidłowości w zakresie wyświetlania ww. informacji odnotowano w lutym 2024 r. w Serwisie i listopadzie 2024 r. w reklamie⁹⁴), jednak zidentyfikowano liczne przypadki, w których Spółka podawała błędną najniższą cenę towaru, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki (por. nb. 113-140), a zatem nawet mimo wprowadzonych zmian co do modelu informowania nie sposób uznać, aby spółka prawidłowo realizowała obowiązek wynikający z art. 4 ust 2 uictu.

- [351] Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną.
- [352] Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił skutki, jakie wywołuje wobec konsumentów praktyka Spółki. Prezes Urzędu uwzględnił w szczególności wpływ praktyki na sytuację konsumentów, co było opisywane m.in. w zgłaszanych do Prezesa UOKiK sygnałach. Praktyka ta i jej skutki mają miejsce na etapie przedkontraktowym oraz na etapie zawarcia umowy.
- [353] Praktyka może oddziaływać na interesy ekonomiczne konsumentów, powodując, że konsument podejmie decyzję, której nie podjąłby, gdyby został prawidłowo poinformowany o rzeczywistej wysokości najniższej ceny w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Może wywoływać także skutki pozaekonomiczne (np. utrata szansy na zakup innego produktu w atrakcyjnej cenie). Z uwagi na znaczną skalę prowadzonej działalności Spółki - udostępnianie Serwisu zarówno z poziomu przeglądarki, jak i aplikacji dostępnej na urządzeniach z różnymi systemami operacyjnymi, popularność Serwisu przekładającą się na dużą liczbę użytkowników (por. nb. 16) - skutki praktyki mogły dotknąć wielu konsumentów.
- [354] Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka jest stosowana od 1 stycznia 2023 r., tj. od dnia wejścia w życie znowelizowanych przepisów dyrektywy 98/6/WE. Prezes Urzędu uwzględnił, że Spółka musiała dostosować infrastrukturę funkcjonującej już platformy handlowej do nowych przepisów, a także, że wyjaśnienia Prezesa Urzędu dotyczące prezentowania cen na obniżkach, ułatwiające ww. proces, dostępne były od maja 2023 r. Praktyka nie została jednak zaniechana na dzień wydania decyzji. Wymierzając karę, Prezes Urzędu wziął pod uwagę okres stosowania przez przedsiębiorcę praktyki. Od dnia rozpoczęcia stosowania praktyki do dnia wydania decyzji minęły prawie trzy lata, z czego przez dwa i pół roku dostępne były wyjaśnienia Prezesa Urzędu wskazujące, jak w ocenie organu przedsiębiorcy powinni prawidłowo prezentować ceny na obniżkach. Oznacza to, że praktyka ma długotrwały charakter. W tym okresie Prezes Urzędu wskazywał Spółce zauważone nieprawidłowości, co nie znalazło jednak przełożenia na ich usunięcie. Powyższe okoliczności również zostały uwzględnione przy kalkulacji kary.

⁹⁴ Spółka nie przekazała jednak materiałów wskazujących na kompleksową zmianę strategii marketingowej, a jedynie wąski wycinek reklam zawierających informację o „najniższej cenie” z krótkiego okresu we wrześniu 2025 r.

- [362] W związku z powyższym, z uwagi na okoliczności zaostżające i łagodzące, kwotę bazową uzasadnione jest łączne zwiększenie kwoty bazowej o xxx%.
- [363] Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 15 143 000 zł po zaokrągleniu do pełnych tysięcy złotych w dół. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi xxxxx % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2024 r. czyli xxx % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na Przedsiębiorcę.
- [364] W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- [365] W tym miejscu szczególną uwagę warto zwrócić na funkcję prewencyjną wymierzonej przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej. Jak wynika z orzecznictwa sądowego: „Należy poza tym mieć na uwadze, że kara wymierzana za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów winna być realnie dolegliwa dla przedsiębiorcy, by osiągnęła zamierzony przez ustawodawcę cel⁹⁶. Skuteczna kara to kara, która pozostaje dla przedsiębiorcy dotkliwa. Aby natomiast zachować ten wymóg (...) przy ocenie jej wysokości nie można kierować się nieokreślonymi „obiektywnymi kryteriami”, ale potencjałem ekonomicznym przedsiębiorcy”⁹⁷.
- [366] Wobec powyższego, wymierzenie kary w podanej wyżej wysokości należy uznać za uzasadnione. Nałożenie kary w ww. wysokości przyczyni się bowiem do zachowania należytych standardów przez przedsiębiorców działających na rynku, a w konsekwencji sprawi, iż konsumenci będą mogli poczuć się na nim bezpieczniejsi.
- [367] Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji

- [368] W pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie to polega na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej w serwisie Zalando.pl przez stosowanie narzędzi, które prezentują korzyści jedynie względem ceny początkowej (obecnie: regularnej) niebędącej najniższą ceną, która obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Jak ustalił Prezes Urzędu, jedynym punktem odniesienia, konsekwentnie stosowanym przez Zalando dla obliczania wielkości obniżek w Serwisie i reklamie zewnętrznej, jest cena regularna. System obsługi cen udostępniany przez Spółkę Partnerom wymusza na nich naliczanie rabatów względem tej ceny. Sprzedawcy nie mają możliwości określenia wielkości obniżki względem najniższej ceny z 30 dni przed obniżką - ww. cena w ogóle nie jest im wyświetlana, a wyliczana przez Zalando następczo, niekiedy błędnie (por. nb. 113-140). Sposób prezentacji obniżek eksponujący przy pomocy różnych mechanizmów (etykiety, mechanizm filtrowania, procentowe oznaczanie obniżek) korzyści

⁹⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - V Wydział Cywilny z dnia 15 lutego 2013 r., sygn. VI ACa 1113/12, Legalis, nr 776792.

⁹⁷ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.

względem cen regularnych (wcześniej: początkowych) wprowadza konsumentów w błąd co do istnienia szczególnej korzyści cenowej, podczas gdy korzyść ta może być mniejsza lub może nie być jej wcale, w zależności od warunków konkretnej oferty. Zdarzają się przypadki, gdy Spółka prezentuje korzyść cenową w sytuacji, w której oferowany towar miał wyższą cenę sprzedaży niż dnia poprzedniego (nb. 153-157). Zmiany wprowadzone przez Spółkę polegające na podawaniu określonej wartości liczbowej jako informacji o najniższej cenie z 30 dni nie powodują realnej zmiany punktu odniesienia dla obliczania obniżek (por. nb. 160-192).

- [369] Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną.
- [370] Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił skutki, jakie wywołuje wobec konsumentów praktyka Spółki. Praktyka ta i jej skutki mają miejsce na etapie przedkontraktowym oraz na etapie zawarcia umowy.
- [371] Praktyka może oddziaływać na interesy ekonomiczne konsumentów, powodując, że konsument podejmie decyzję, której nie podjąłby gdyby został prawidłowo poinformowany o rzeczywistej wielkości obniżki. Może wywoływać także skutki pozaekonomiczne (np. utrata szansy na zakup innego produktu w atrakcyjnej cenie). Z uwagi na znaczną skalę prowadzonej działalności Spółki - udostępnianie Serwisu zarówno z poziomu przeglądarki, jak i aplikacji dostępnej na urządzeniach z różnymi systemami operacyjnymi, popularność Serwisu przekładającą się na dużą liczbę użytkowników (por. nb. 16) - skutki praktyki mogły dotknąć wielu konsumentów.
- [372] Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka jest stosowana od 1 stycznia 2023 r., tj. od dnia wejścia w życie znowelizowanych przepisów dyrektywy 98/6/WE. Prezes Urzędu uwzględnił, że Spółka musiała dostosować infrastrukturę funkcjonującej już platformy handlowej do nowych przepisów, a także, że wyjaśnienia Prezesa Urzędu dotyczące prezentowania cen na obniżkach, ułatwiające ww. proces, dostępne były od maja 2023 r. Praktyka nie została zaniechana na dzień wydania decyzji. Wymierzając karę, Prezes Urzędu wziął pod uwagę także okres stosowania przez przedsiębiorcę praktyki. Od dnia rozpoczęcia stosowania praktyki do dnia wydania decyzji minęły prawie trzy lata, z czego przez dwa i pół roku dostępne były wyjaśnienia Prezesa Urzędu wskazujące, jak w ocenie organu przedsiębiorcy powinni prawidłowo prezentować ceny na obniżkach. Oznacza to, że praktyka ma długotrwały charakter. W tym okresie Prezes Urzędu wskazywał Spółce zauważone nieprawidłowości, co nie znalazło jednak przełożenia na ich usunięcie. Powyższe okoliczności również zostały uwzględnione przy kalkulacji kary.
- [373] Zgodnie z uoklik granice wymiaru kary są wyznaczane w odniesieniu do obrotu osiągniętego przez Zalando z całej działalności gospodarczej. Niemniej jednak przy ustalaniu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia przy miarkowaniu kary, kwotę tę pomniejszono z uwzględnieniem przychodów osiągniętych na terenie Polski.
- [374] W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie xxx% obrotu Spółki osiągniętego ogółem w 2024 r., tj. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx.
- [375] Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- [376] Na podstawie zgromadzonego w toku postępowania materiału dowodowego za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia i jego skutków. Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, praktyka Spółki objęta swoim zasięgiem

- [383] Wobec powyższego, wymierzenie kary w podanej wyżej wysokości należy uznać za uzasadnione. Nałożenie kary w ww. wysokości przyczyni się bowiem do zachowania należytych standardów przez przedsiębiorców działających na rynku, a w konsekwencji sprawi, iż konsumenci będą mogli poczuć się na nim bezpieczniejsi.
- [384] Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Rozstrzygnięcie dotyczące kosztów postępowania (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)

- [385] Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W sprawach nieuregulowanych w uokik do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kpa (art. 83 uokik). Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów uokik, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.
- [386] Zgodnie z art. 263 § 1 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy (art. 263 § 2 kpa). Zgodnie z art. 264 § 1 kpa jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- [387] W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I rozstrzygnięcia Decyzji stwierdził, że Spółka naruszyła przepisy uokik w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania oraz podmiotami współpracującymi ze Spółką. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości 246,00 zł.
- [388] Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się Decyzji.

Pouczenie

- [389] Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 1568 ze zm., dalej „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- [390] W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania zawartego w pkt V rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 kpa w zw. z art. 80 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodnia od dnia jej doręczenia.
- [391] Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2025 r. poz. 1228, dalej: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł. Opłatę od odwołania lub zażalenia należy uiścić na rachunek bankowy Sądu Okręgowego w Warszawie albo w kasie tego sądu lub w inny sposób, zgodnie z informacjami podanymi przez Sąd. Na stronie internetowej Sądu Okręgowego w Warszawie oraz na tablicy ogłoszeń w budynku Sądu dostępne są informacje o: 1) funkcjonujących kasach sądu, w których można uiścić opłatę sądową; 2) możliwych sposobach uiszczania opłat sądowych w formie bezgotówkowej; 3) numerach rachunków bieżących dochodów sądu, na które można dokonywać wpłat.
- [392] Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.
- [393] Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.
- [394] Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.
- [395] Zgodnie z art. 117 § 3 kpc osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.
- [396] W myśl art. 117 § 4 zd. 1 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Niniejsza decyzja nie podlega doręczeniu w trybie art. 4 i 5 ustawy z dnia 18 listopada 2020 r. o doręczeniach elektronicznych (Dz. U. z 2024 r. poz. 1045 ze zm.), w związku z art. 147 ust. 5 tej ustawy.

Załączniki:

1. Spis treści
2. Wersja jawna Decyzji

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Zastępca Dyrektora Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów
Katarzyna Araczewska

Otrzymują:

1. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
2. a/a

Spis treści

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny	9
Serwis Zalando.pl	10
Informacje o obniżce cen	19
Informacje o obniżce cen na listingu, dostępne opcje filtrowania i sortowania.....	23
Informacje o obniżce cen na karcie produktu	33
Informacje o obniżce cen w wypowiedziach zakupowych	40
Informacje o obniżce cen w koszyku	43
Informacje o obniżce cen w reklamie zewnętrznej	46
Etykieta „Okazja”	48
Informacje o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w Serwisie	51
Mechanizm wyświetlania cen zagregowanych	61
Informacje o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w reklamie zewnętrznej.....	68
Prawidłowość podawanej informacji o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką	71
Punkt odniesienia dla obliczania obniżek	97
Cena początkowa (obecnie: regularna) - charakterystyka	98
Cena początkowa (obecnie: regularna) jako punkt odniesienia	108
Mechanizm przedstawiania w Serwisie obniżonych cen	114
Sygnaty konsumentów	118
Obrót Spółki	119
Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje	119
Naruszenie interesu publicznego	119
Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik	121
Status przedsiębiorcy	121
Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami	122
Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1 decyzji	122
Informowanie o obniżce w serwisie Zalando.pl	125
Informowanie o najniższej cenie z 30 dni przed obniżką w serwisie Zalando.pl	127
Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez praktykę określoną w pkt I.1 decyzji	131
Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.2 decyzji	132
Model przeciętnego konsumenta	133
Wprowadzenie w błąd	135

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez praktykę określoną w pkt I.2 decyzji.....	145
Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II i II rozstrzygnięcia decyzji).	146
Nażalenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)	148
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia Decyzji	150
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji	153
Rozstrzygnięcie dotyczące kosztów postępowania (pkt V rozstrzygnięcia decyzji).	156
Pouczenie	157