

## **ANALIZA PRAWNA**

### **„Implementacja Dyrektywy 2005/29/WE do porządku prawnego państw członkowskich UE na przykładzie Polski”**



*Hubert Plichta*

**Wrocław, styczeń 2022**

## Spis treści

1. Przepisy transponujące postanowienia Dyrektywy 2005/29/WE do polskiego systemu prawnego ....	4
2. Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.....	6
2.1. Zakres przedmiotowy .....	6
2.2. Zakres przedmiotowy .....	9
3. Rodzaje nieuczciwych praktyk rynkowych w ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.....	11
3.1. Klauzula generalna zakazująca nieuczciwych praktyk.....	13
3.2. Praktyki wprowadzające w błąd.....	14
3.3. Agresywne praktyki .....	16
3.4. System konsorcyjny oraz kodeksy dobrych praktyk w ujęciu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowych .....	17
3.5. Praktyki rynkowe zabronione w każdych okolicznościach .....	18
4. Środki zwalczania nieuczciwych praktyk rynkowych w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.....	18
4.1. Odpowiedzialność cywilna.....	19
4.2. Odpowiedzialność karna .....	21

## *Słowo wstępu*

*Niniejsza analiza dotyczy ochrony konsumentów w Polsce w świetle Dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych<sup>1</sup>. Z uwagi, że prawo UE stanowi wyraz procesu integracji państw członkowskich, aby państwa mogły korzystać z tego dorobku muszą dokonać efektywnej implementacji.*

*W związku z powyższym, nie sposób zaprezentować model ochrony konsumentów przewidzianego w Dyrektywie 2005/29/WE w oderwaniu od analizy, jak dyrektywa ta funkcjonuje w poszczególnych państwach UE. Z tego też względu niniejsza analiza została poświęcona polskiemu systemowi prawnemu w aspekcie implementacji Dyrektywy 2005/29/WE, która to została transponowana ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym<sup>2</sup>.*

*W opracowaniu przywołano również orzeczenia sądów pokazując, jak w praktyce wygląda etap stosowania instytucji wykreowanych przez Dyrektywę 2005/29/WE.*

---

<sup>1</sup> Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 149 z 11.6.2005). Dalej jako Dyrektywa2005/29/WE.

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070), dalej jako u.p.n.p.r.

# 1. Przepisy transponujące postanowienia Dyrektywy 2005/29/WE do polskiego systemu prawnego

Prawo Unii Europejskiej stanowi wyraz procesu integracji państw członkowskich. Aby jednak państwa mogły korzystać z tego dorobku muszą dokonać efektywnej implementacji prawa unijnego, co jest procesem dość skomplikowany. Jak już wskazano wcześniej, w kontekście implementacji dyrektyw istotne znaczenie odgrywa transpozycja. Obejmuje ona proces tworzenia przepisów prawa krajowego, które najskuteczniej zapewnią wdrożenie postanowień dyrektywy. Co jednak należy podkreślić, o prawidłowości implementacji (tj. osiągnięciu rezultatu, do którego dyrektywa zobowiązuje państwa członkowskie) przesądza nie tylko transpozycja, ale również etap stosowania prawa przez sądy oraz inne organy państw członkowskich.

Proces implementacji Dyrektywy 2005/29/WE determinowało przyjęcie reguły pełnej harmonizacji, zgodnie z którą państwa członkowskie nie mogą wprowadzać mniej lub bardziej restryktywnych przepisów, z zastrzeżeniem sytuacji wyraźnie w Dyrektywie wskazanych. Biorąc pod uwagę siatkę pojęć (nierzadko obcych wewnętrznym systemom prawnym państw członkowskich) oraz model ochrony przewidziany w Dyrektywie 2005/29/WE, proces jej implementacji, nie był zadaniem łatwym. Problemy z prawidłową transpozycją wynikały również konieczności dopasowania polskiej wersji językowej dyrektywy do już obowiązujących przepisów posługujących się na ogół inną terminologią. Z tego też względu u.p.n.p.r. posługuje się np. pojęciem praktyk rynkowych zaś Dyrektywa 2005/29/WE używa sformułowania praktyki handlowe. W tym przypadku nomenklatura nie ma jednak znaczenia z uwagi na zbieżny zakres obu pojęć, niemniej ukazują dylematy z jakimi musiał zmierzyć się polski ustawodawca.

Zasadniczo do polskiego systemu prawnego Dyrektywa 2005/29/WE została transponowana ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym<sup>3</sup> (dalej jako u.p.n.p.r.), która weszła w życie 21 grudnia 2007 r. Ustawodawca nie zdecydował się na włączenie jej postanowień do obowiązujących już aktów prawnych, lecz na uchwalenie nowej ustawy, na której treść składają się postanowienia samej Dyrektywy 2005/29/WE oraz jej załączniki. W u.p.n.p.r. znalazły się również przepisy, które nie mają odpowiedników w Dyrektywie 2005/29/WE, dotyczy to zwłaszcza postanowienia

---

<sup>3</sup> Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070).

o odpowiedzialności cywilnej i odpowiedzialności karnej przedsiębiorców stosujących nieuczciwe praktyki rynkowe.

W uzasadnieniu do projektu u.p.n.p.r.<sup>4</sup> powtórzono w dużej części motywy zawarte w Dyrektywie 2005/29/WE. Wskazano również, że założeniem u.p.n.p.r. jest uregulowanie w polskim prawie nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców wobec konsumentów. Z uwagi, że Dyrektywa 2005/29/WE nie ingeruje w relację między przedsiębiorcami, ustawa transponująca tj. u.p.n.p.r. ma za zadanie wypełnienie luk w ochronie konsumentów, natomiast praktyki nieuczciwej konkurencji między przedsiębiorcami podlegają innym aktom normatywnym<sup>5</sup>.

U.p.n.p.r. transponująca Dyrektywę 2005/29/WE spotkała się z krytyką w literaturze przedmiotu. W szczególności podkreślono niezasadność transpozycji Dyrektywy 2005/29/WE w odrębnej ustawie oraz brak wyraźnego powiązania u.p.n.p.r. z dotychczas obowiązującymi przepisami z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów a także niespójności przepisów u.p.n.p.r. z postanowieniami Dyrektywą 2005/22/WE<sup>6</sup>.

W tym miejscu warto zauważyć, że zagadnienie nieuczciwych praktyk rynkowych poruszają w Polsce także przepisy innych ustaw<sup>7</sup>. Z uwagi, że proces prawidłowej implementacji Dyrektywy 2005/29/WE nie może być rozpatrywany wyłącznie w odniesieniu do u.p.n.p.r., należy po krótko odnieść się również do tych norm. Wśród nich najważniejsze są postanowienia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów<sup>8</sup> (dalej jako u.o.k.k.). Stosownie do treści art. 24 u.o.k.k. zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. W sytuacji kiedy przedsiębiorca dopuści się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK wydaje decyzję, w której m.in. może nakazać zaniechanie jej stosowania a także określić środki usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Jak jednak wskazano w art. 25 u.o.k.k. ochrona zbiorowych interesów

---

<sup>4</sup>Rządowy projekt ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, druk sejmowy V kadencji Nr 1682.

<sup>5</sup> W szczególności ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2018 r. poz. 419 z późn. zm.).

<sup>6</sup> J. Szwała, A. Tischner, *Implementacja dyrektywy 2005/29/WE*, "Monitor Prawniczy" 2007/20, s. 118.

<sup>7</sup> M.in. ustawa z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. z 2019 r. poz. 178).

<sup>8</sup> Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 r. (Dz.U. z 2019 r. poz. 369).

konsumentów przewidziana w ustawie nie wyłącza ochrony wynikającej z innych ustaw, w szczególności z przepisów o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Z uwagi na zakres niniejszej analizy, w dalszej części, problematyka implementacji Dyrektywy 2005/29/WE do polskiego systemu prawnego zostanie ograniczona wyłącznie do u.p.n.p.r. oraz orzecznictwa sądów.

## **2. Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

### **2.1. Zakres przedmiotowy**

Zgodnie z założeniami Dyrektywy 2005/29/WE, która pomyślana jest jako akt prawny wyznaczająca ogólne standardy uczciwości w praktykach handlowych w relacjach przedsiębiorców z konsumentami, jej podstawowym celem jest ochrona gospodarczych interesów konsumentów natomiast ochrona interesów przedsiębiorców jest tutaj drugoplanowa. Ochrona ta ma być realizowana poprzez zagwarantowanie, że przedsiębiorcy w relacjach z konsumentami nie będą stosowali nieuczciwych praktyk. Z tego też względu głównym beneficjentem u.p.n.p.r. jest konsument, który w porównaniu z przedsiębiorcami jest słabszą stroną obrotu gospodarczego. Co jednak wynika z art. 1 u.p.n.p.r, ustawa określa nieuczciwe praktyki rynkowe w działalności gospodarczej i zawodowej oraz zasady przeciwdziałania tym praktykom w interesie konsumentów oraz interesie publicznym. Z tego też względu zakresem u.p.n.p.r. nie są objęte bezpośrednio praktyki rynkowe w relacjach między przedsiębiorcami.

Nadrzędną zasadną ustanowioną w u.p.n.p.r. jest ogólny zakaz stosowania przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych względem konsumentów. W tym kontekście istotne znaczenie ma definicja konsumenta przyjęta przez polskiego ustawodawcę. Zgodnie z przepisem art. 2 pkt 2 u.p.n.p.r. pod pojęciem konsumenta należy rozumieć konsumenta w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> Kodeksu cywilnego (dalej jako KC) tj. osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Z uwagi jednak, że u.p.n.p.r. odnosi się do szerszej grupy czynności, tj. wszelkich nieuczciwych praktyk

rynkowych, niezależne od istnienia stosunków prawnych pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem, stosując wykładnię zgodną, definicję konsumenta z art. 22<sup>1</sup> KC na gruncie u.p.n.p.r. należy rozumieć w ten sposób, że obejmuje ona każdą osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą jakichkolwiek czynności (w tym czynności faktycznych) niezwiązanych bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, w związku z produktem oferowanym przez przedsiębiorcę. Dyrektywa 2005/29/WE znajduje bowiem zastosowanie do nieuczciwych praktyk handlowych niezależnie od relacji kontraktowych między stronami stąd do stwierdzenia występowania nieuczciwej praktyki handlowej prawnie irrelevantne jest to, czy dana praktyka ma miejsce przed zawarciem umowy, po jej zawarciu lub w trakcie trwania umowy między stronami.

Oceny stosowanych przez przedsiębiorców praktyk rynkowych należy jednak dokonywać nie przez pryzmat konsumenta jako takiego, ale z punktu widzenia tzw. przeciętnego konsumenta<sup>9</sup>. Taki też modelem ochrony wprowadza Dyrektywa 2005/29/WE. Zgodnie z definicją legalną zawartą w art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. przeciętny konsument to taki, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny<sup>10</sup>. Przeprowadzając test przeciętnego konsumenta należy uwzględnić również czynniki społeczne, kulturowe, językowe oraz przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów. W rozumieniu przepisów u.p.n.p.r. szczególna grupa konsumentów to taka, która daje się jednoznacznie zidentyfikować i jest szczególnie podatna na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W celu zapewnienie właściwej implementacji Dyrektywy 2005/29/WE, polskie sądy oraz organy administracyjne stosujące model przeciętnego konsumenta na gruncie u.p.n.p.r., muszą odwoływać się również do rozbudowanego orzecznictwa TSUE, który na przestrzeni lat wypracował ową definicję<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

<sup>10</sup> W wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 kwietnia 2017 r., sygn.. akt VI ACa 67/16 [w bazie orzeczeń na stronie [www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl](http://www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl)], Sąd ten stwierdził, że interpretując pojęcie przeciętnego konsumenta należy uwzględnić stopień jego uwagi i ostrożności w zależności od rodzaju produktu lub usługi, czy też cech podmiotu, który dany produkt lub usługę oferuje.

<sup>11</sup> Zob. np. Wyrok TSUE z dnia 16 lipca 1998 r. w sprawie C 210/96 Gut Springenheide GmbH przeciwko Rudolf Tusky.

W Polsce duży wpływ na odtworzenie wzorca przeciętnego konsumenta miało orzecznictwo Sądu Najwyższego<sup>12</sup>. Jako przykład można podać wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 marca 2013 r. w sprawie o sygn. akt III SK 34/13, w którym orzeczono, że przecięty konsument, w przedmiotowej sprawie był nim potencjalny klient usług telekomunikacyjnych reklamowanych przez przedsiębiorcę, posiada „zasób wiedzy o usługach tego rodzaju oraz specyfice działalności rynku telekomunikacyjnego” a także zdaje sobie sprawę, że „przekaz reklamowy może zawierać tylko część informacji dotyczących promocji, jednakże zwięzłości przekazu, nie uzasadnia zakładania przez ostrożnego konsumenta, że podawane mu w przekazie reklamowym informacje na temat istotnych cech reklamowanego produktu są nieprawdziwe.”

Drugim elementem wyznaczającym zakres podmiotowy u.p.n.p.r. jest definicja przedsiębiorcy zawarta w art. 2 pkt 1 u.p.n.p.r., zgodnie z którą przedsiębiorcą są osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które prowadzą działalność gospodarczą lub zawodową, nawet jeżeli działalność ta nie ma charakteru zorganizowanego i ciągłego, a także osoby działające w ich imieniu lub na ich rzecz. W tym przypadku ustawodawca nie odsyła do definicji przedsiębiorcy zawartej w Kodeksie cywilnym, tak jak ma to miejsce przy definicji konsumenta. Zabieg ten jest zgodny z Dyrektywą 2005/29/WE, która ustanowiła autonomiczną definicję przedsiębiorcy. Takie rozwiązanie niewątpliwie służy prawidłowej implementacji.

Ustawowa definicja przedsiębiorcy obejmuje liczne podmioty, z uwagi, że decydującym kryterium jest faktyczne prowadzenie działalności gospodarczej i uczestniczenie we własnym imieniu w obrocie gospodarczym. Natomiast zarobkowy charakter oraz legalność prowadzonej działalności jest okolicznością nieistotną dla kwalifikacji podmiotu jako przedsiębiorcy, stąd za przedsiębiorcę zostanie uznany również podmiot który prowadzi działalność bez dopełnienia warunków formalnych (np. wpisu do właściwego rejestru) czy też nie posiada wymaganego zezwolenia lub koncesji.

Nie jest również konieczne, aby podejmowana działalność była prowadzona w sposób trwały (ciągły). Wystarczy podejmowanie jej sporadycznie<sup>13</sup>. W świetle powyższych

---

<sup>12</sup> Zob. np. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie o sygn. akt III SK 75/13 [w bazie orzeczeń na stronie [www.sn.pl](http://www.sn.pl)]; Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 maja 2014 r. w sprawie o sygn. akt III SK 45/13 13 [w bazie orzeczeń na stronie [www.sn.pl](http://www.sn.pl)].

<sup>13</sup> Zob. Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 18.



rozważań, przedsiębiorcami w rozumieniu u.p.n.p.r., będą więc także gminy, szkoły, stowarzyszenia czy organizacje samorządów zawodowych<sup>14</sup>. Za przedsiębiorcę uważane są również podmioty działające w imieniu i na rzecz przedsiębiorcy np. spółka, która umieszcza reklamy na portalach społecznościowych na zlecenie i w interesie innej spółki<sup>15</sup>.

Aby trafnie zidentyfikować status danego podmiotu jako przedsiębiorcy należy dokonać indywidualnej analizy. Z tego względu na co już wskazano wcześniej, przydatne mogą posłużyć się kryteria wyartykułowane w Wytycznych Służb Komisji dotyczących wykonywania/stosowania Dyrektywy 2005/29, Wskazano w nich, że dla ustalenia czy podmiot jest przedsiębiorcą powinno się brać pod uwagę kryteria, takie jak motywy działania sprzedawcy oraz to czy dąży on do osiągnięcia dochodu; liczbę, wartość i częstotliwość transakcji; obroty związane ze sprzedażą; okoliczność, czy nabycie produktów następuje w celu ich odsprzedaży.<sup>16</sup> W ocenie Komisja Europejskiej przedsiębiorcą mogłaby być uznana także osoba, której główna działalność polega na regularnej sprzedaży produktów *online*, która najpierw nabywa jakieś produkty, by następnie odsprzedać je za wyższą cenę.

## 2.2. Zakres przedmiotowy

U.p.n.p.r. ma przeciwdziałać stosowaniu przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych wobec konsumentów. Zgodnie z definicją legalną<sup>17</sup> przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Praktyka może być stosowana zarówno przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Natomiast przez pojęcie produkt rozumie się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych<sup>18</sup>. Tak szerokie ujęcie pojęcia produktu oznacza, że objęte nim będą

---

<sup>14</sup> Zob. Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 18; Wyrok TSUE z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C 59/12 BKK Mobil Oil Körperschaft des öffentlichen Rechts przeciwko Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV.

<sup>15</sup> Zob. SDW (2016) 163 final, Bruksela 25.5.2016.

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> Art. 2 pkt 4 u.p.n.p.r.

<sup>18</sup> Art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r.

także zagadnienia związane z wierzytelnościami, długiem (zarządzaniem długiem) oraz roszczeniami wynikającymi z dochodzenia wierzytelności<sup>19</sup>.

W tym miejscu należy podkreślić, że okoliczność, iż działanie przedsiębiorcy miało miejsce tylko jeden raz i dotyczyło tylko jednego konsumenta, jest pozbawiona wszelkiego znaczenia dla uznania praktyki rynkowej za nieuczciwą<sup>20</sup>. Definicje zawarte w u.p.n.p.r., ani u.p.n.p.r. jako całość nie zawierają postanowień, zgodnie z którymi działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, aby było uznane za nieuczciwą praktykę rynkową, musi mieć powtarzający się charakter lub dotyczyć więcej niż jednego konsumenta.

Z tego względu jako przykład wadliwej implementacji Dyrektywy 2005/29/WE można przywołać wyrok Sądu Rejonowego w Malborku z dnia 1 marca 2019 r. w sprawie o sygn. akt I C 327/17<sup>21</sup>, w którym orzeczono, że *„nie można również incydentalnego działania pozwanego polegającego na jednorazowej błędnie skierowanej ofercie sprzedaży pojazdu traktować jako działania będącego nieuczciwą praktyką rynkową”* oraz, że okoliczność, iż ostatecznie nie doszło do zawarcia umowy sprzedaży także wyłącza możliwość uznania praktyki rynkowej przedsiębiorcy za nieuczciwą. Innym przykładem fatalnego zastosowania u.p.n.p.r. jest wyrok Sądu Okręgowego w Gdańsku z dnia 6 lipca 2018 r. w sprawie o sygn. akt XVI Ca 1001/17<sup>22</sup>, w którym orzeczono, że *„pojedyncze działanie przedsiębiorcy nie powinno być zasadniczo traktowane jako nieuczciwa praktyka rynkowa, lecz musi przybrać formę metody postępowania danego przedsiębiorcy[...] Dopiero, gdy przedsiębiorca ten zorganizuje swoją działalność w ten sposób, że metodą jego postępowania w odniesieniu do wszystkich lub co najmniej części konsumentów jest stosowanie nieuczciwych praktyk, to takie działanie powinno być sankcjonowane przez ustawę.”*. Przyjęcie przez sąd takiej wykładni jest absolutnym zaprzeczeniem ratio legis u.p.n.p.r. oraz prowadzi do rezultatu contra legem naruszając przy tym prawo wspólnotowe.

Jak wskazano wcześniej praktyki rynkowe występują nie tylko na etapie marketingu i dostawy, ale także po realizacji samej transakcji zarówno w stosunkach pozaumownych, po zawarciu umowy, jak i w trakcie jej wykonywania<sup>23</sup>. Pojęciem

---

<sup>19</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 18.

<sup>20</sup> Wyrok TSUE z dnia 16 kwietnia 2015 r. w sprawie C 388/13 Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság przy udziale UPC Magyarország Kft.

<sup>21</sup> Niepublikowany.

<sup>22</sup> Niepublikowany.

<sup>23</sup> Art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

praktyk rynkowych nie są objęte jednak te praktyki, które nie szkodzą interesom gospodarczym konsumentów<sup>24</sup>. Artykuł 1 u.p.n.p.r. określa nieuczciwe praktyki rynkowe oraz zasady przeciwdziałania tym praktykom w interesie konsumentów i w interesie publicznym. Pomimo, że interes publiczny nie został wymieniony wprost w Dyrektywie 2005/29/WE należy uznać, że cele Dyrektywy 2005/29/WE i u.p.n.p.r. są zbieżne, ponieważ pod pojęciem interesu publicznego należy rozumieć „zapewnienie uczciwej i niezafalszowanej konkurencji przez ochronę interesu nadrzędnego interesu słabszych uczestników rynku – konsumentów”<sup>25</sup>.

Z uwagi, że u.p.n.p.r. ma na celu przeciwdziałanie jedynie nieuczciwym praktykom rynkowym niezbędne jest doprecyzowanie określenia nieuczciwości. W świetle art. 4 u.p.n.p.r. praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (tzw. klauzula generalna). Niezależnie od oceny praktyki rynkowej w świetle przesłanek określonych w zdaniu poprzednim<sup>26</sup> praktyka rynkowa jest nieuczciwa jeśli wprowadza w błąd, jest agresywna, polega na stosowaniu sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk lub polega na prowadzeniu działalności w formie systemu konsorcyjnego lub organizowaniu grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym.

### **3. Rodzaje nieuczciwych praktyk rynkowych w ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

W art. 3 u.p.n.p.r. został sformułowany ogólny zakaz stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Dalsze postanowienia ustawy definiują rodzaje nieuczciwych praktyk rynkowych. Podobnie jak struktura Dyrektywy 2005/29/WE, u.p.n.p.r. została oparta na trójstopniowym teście mającym na celu zidentyfikowanie nieuczciwych

---

<sup>24</sup> Art. 1 Dyrektywy 2005/29/WE.

<sup>25</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 15.

<sup>26</sup> Obecne brzmienie art. 4 ust. 2 i 3 u.p.n.p.r. jest konsekwencją wyrok TSUE z dnia 19 września 2013 r. w sprawie C 435/11 CHS Tour Services GmbH przeciwko Team4 Travel GmbH. Z orzeczenia tego wynika, że dla zakwalifikowania określonej praktyki rynkowej jako praktyki wprowadzającej konsumenta w błąd, nie zachodzi konieczność zbadania, czy taka praktyka jest również sprzeczna z wymogami staranności zawodowej tym samym na gruncie prawa polskiego należy wykluczyć potrzebę dokonywania oceny takiej praktyki przez pryzmat klauzuli generalnej określonej w art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r., która odwołuje się m.in. do przesłanki sprzeczności z dobrymi obyczajami, będącej odpowiednikiem przesłanki sprzeczności z wymogami staranności zawodowej zawartej w Dyrektywie 2005/29/WE.

praktyk rynkowych<sup>27</sup>. Struktura ta oparta jest na tzw. dużej klauzuli generalnej (przewidująca ogólny zakaz stosowania nieuczciwych praktyk), małych klauzulach generalnych (zabraniających m.in. stosowania agresywnych praktyk oraz praktyk wprowadzających w błąd) oraz liście czarnych praktyk rynkowych, niedozwolonych w każdych okolicznościach.

Chcąc zilustrować model badania czy dana praktyka rynkowa jest nieuczciwa a tym samym zakazana można posłużyć się poniższym schematem. W sytuacji każdej analizy, czy dana praktyka ma charakter nieuczciwy należy zastosować „filtrację” przez kilka poziomów (od 1 do 3). Kiedy praktyka zostanie uznana za nieuczciwą już na poziomie 1 nie bada się jej czy jest ona nieuczciwa także na poziomie 2 i 3. To samo dotyczy sytuacji kiedy praktyka zostanie uznana za nieuczciwą dopiero na poziomie 2. Wówczas nie bada się czy jest ona nieuczciwa także w świetle przesłanek z poziomu 3.

*Schemat 2*<sup>28</sup>

Praktyka rynkowa jest zakazana				
Poziom 1	w każdych okolicznościach jeżeli znajduje się na tzw. czarnej liście praktyk wprowadzających w błąd (art. 7 u.p.n.p.r.) lub praktyk agresywnych (art. 9 u.p.n.p.r.)			
Poziom 2	jeżeli wprowadza w błąd przez działanie (art. 5 u.p.n.p.r.) lub zaniechanie (art. 6 u.p.n.p.r.)	jeżeli jest agresywna (art. 8)	jeżeli polega na prowadzeniu działalności w formie systemu konsorcyjnego lub organizowaniu grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym (art. 10 u.p.n.p.r.)	jeżeli polega na stosowaniu kodeksu dobrych praktyk, którego postanowienia są sprzeczne z prawem
Poziom 3	jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.			

<sup>27</sup> Zob. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 kwietnia 2015 r., w sprawie o sygn. akt III SK 24/14 13 [w bazie orzeczeń na stronie [www.sn.pl](http://www.sn.pl)].

<sup>28</sup> Opracowanie własne.

### 3.1. Klauzula generalna zakazująca nieuczciwych praktyk

Art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. ustanawia klauzulę generalną zgodnie z którą praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli łącznie spełnia dwie przesłanki tj. jest sprzeczna z dobrymi obyczajami a także w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę, że Dyrektywa 2005/29/WE posługuje się pojęciem staranności zawodowej natomiast polski ustawodawca odwołuje się do dobrych obyczajów. Jak jednak wynika z uzasadnienie u.p.n.p.r. pod sformułowaniem dobrych obyczajów *„kryje się zarówno szczególna umiejętność, staranność zawodowa, uczciwość działania oraz dobra wiara”*<sup>29</sup>. Tym samym, dokonując wykładni pojęcia dobrych obyczajów należy odwoływać się do zachowania przedsiębiorców w sferze działalności gospodarczej rozumianych jako normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej<sup>30</sup>. Co jednak oczywiste, wykładnie nie można dokonywać w oderwaniu od treści i celów Dyrektywy 2005/29/WE a także pomijając orzecznictwo TSUE, w szczególności to dotyczące rozumienia staranności zawodowej.

Drugą z przesłanek zastosowania klauzuli generalnej art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. jest aby stosowana praktyka w istotny sposób zniekształcała lub mogła zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Tym samym nie jest konieczne, aby praktyka rzeczywiście wpłynęła na decyzję konsumenta, wystarczy, aby istniało przynajmniej prawdopodobieństwo, że dana praktyka może zniekształcić zachowanie przeciętnego konsumenta. Ustawodawca polski nie zdefiniował natomiast sformułowania *„istotny sposób zniekształcała zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta”*. W tej sytuacji niezbędne jest bezpośrednie odwołanie się do Dyrektywy 2005/29/WE, która wskazuje, że istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów *„oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji”*<sup>31</sup>, *której inaczej by nie podjął*<sup>32</sup>.

---

<sup>29</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 25.

<sup>30</sup> Ibidem, s.24.

<sup>31</sup> Art. 2 lit. k) Dyrektywy 2005/29/WE *„decyzja dotycząca transakcji” oznacza każdą podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, jak i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w*

Należy przy tym podkreślić, że oceny istotności zniekształcenia należy dokonywać z perspektywy przeciętnego konsumenta. Na co wskazano już wcześniej praktyka rynkowa może mieć miejsce przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. W orzecznictwie sądów polskich za praktykę, która istotnie zniekształcała zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta uznano np. uzależnieniu przyjęcia reklamacji wadliwego telefonu od skorzystania z gwarancji<sup>33</sup> czy też podawaniu nieprawdziwej informacji o bezpłatności przelewów dokonywanych przez Internet i przez telefon<sup>34</sup>.

### 3.2. Praktyki wprowadzające w błąd

W u.p.n.p.r. polski ustawodawca przyjął, systematykę odpowiadającą tej z Dyrektywy 2005/29/WE, a mianowicie przyjął, że praktyka wprowadzająca w błąd może przybrać postać działania lub zaniechania.

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<sup>35</sup>, której inaczej by nie podjął (art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r.). Podczas oceniania tego czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji (art. 5 ust. 4 u.p.n.p.r.). W dalszej części przepisu wymieniono przykłady działań, które mogą wprowadzać w błąd<sup>36</sup> oraz czego działania te mogą dotyczyć<sup>37</sup>.

---

*całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania”;* Zob. np. w Wyroku TSUE z dnia 13 grudnia 2013 r. w sprawie C 281/12 Trento Sviluppo srl i Centrale Adriatica Soc. coop. arl przeciwko Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Trybunał Sprawiedliwości orzekł, że „decyzja dotycząca transakcji” obejmuje nie tylko decyzję o zakupie produktu, ale również decyzje bezpośrednio związane z powyższą decyzją, w szczególności decyzję o wejściu do sklepu.

<sup>32</sup> Art. 2 lit. e) Dyrektywy 2005/29/WE

<sup>33</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 24 czerwca 2016 r., w sprawie o sygn. akt V ACA 562/15 [dostępny w bazie orzeczeń na stronie [www.katowice.sa.gov.pl/](http://www.katowice.sa.gov.pl/)]

<sup>34</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 30 listopada 2015 r. w sprawie o sygn. akt VI ACA 1685/14 [w bazie orzeczeń na stronie [www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl/](http://www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl/)]

<sup>35</sup> Art. 2 pkt. 7 wskazuje, że przez pojęcie decyzji dotyczącej umowy - rozumie się przez to 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 uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania.

<sup>36</sup> Są to m.in. rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji lub rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd.

<sup>37</sup> Są to m.in. istnienia produktu, jego rodzaju lub dostępności; cech produktu; obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy,

Na podstawie art. 5 u.p.n.p.r. polskie sądy uznały, że nieuczciwymi praktykami rynkowymi wprowadzającymi w błąd poprzez działanie było np. umieszczenie w ogólnych warunkach ubezpieczenia definicji zawału sprawiającej wrażenie naukowej i pełnej, co wywołało u kontrahenta przekonanie, iż jest ubezpieczony od wszelkich zawałów serca, a nie tylko niektórych, jak to było w rzeczywistości<sup>38</sup>.

Drugim rodzajem praktyk rynkowych wprowadzających w błąd jest zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 6 ust. 1 u.p.n.p.r.). Istotne informacje to informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów, natomiast w sytuacji kiedy przedsiębiorca proponuje konsumentowi nabycie produktu, ustawodawca w art. 6 ust. 4 u.p.n.p.r. wprost wymienił katalog takich informacji (ustanawiając ich minimalny zakres), do których zaliczył m.in. cenę uwzględniającą podatki, jak również wszelkie dodatkowe opłaty za transport, informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy.

Dokonując oceny zaniechania, podobnie jak to miało miejsce przy działaniu, konieczne jest uwzględnienie wszystkich elementów tej praktyki oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji. Jako przykłady wprowadzającego w błąd zaniechania u.p.n.p.r. wymieniania m.in. zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu (art. 6 ust. 3 pkt 1 u.p.n.p.r.). Przykładem orzecznictwem może być wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 maja 2017 r., w którym orzeczono, że niepodanie konsumentowi we wzorcu umowy wszystkich danych niezbędnych do samodzielnego obliczenia ostatecznej wysokości wynagrodzenia pośrednika w związku ze zbyciem nieruchomości, jest zaniechaniem wprowadzającym w błąd i tym samym stanowi nieuczciwą praktykę rynkową<sup>39</sup>.

---

niezbędnych usług, części, wymiany lub naprawy; praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.

<sup>38</sup>Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie o sygn. akt III SK 75/1313 [w bazie orzeczeń na stronie [www.sn.pl](http://www.sn.pl)].

<sup>39</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 maja 2017 r., w sprawie o sygn. akt VI ACa 1788/14 [w bazie orzeczeń na stronie [www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl](http://www.orzeczenia.waw.sa.gov.pl)].

### 3.3. Agresywne praktyki

Nieuczciwymi praktykami rynkowymi są także zdefiniowane w art. 8 ust. 1 u.p.n.p.r. praktyki agresywne, które to przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ograniczają lub mogą ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powodują lub mogą powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął<sup>40</sup>. Zgodnie z art. 8 ust. 3 u.p.n.p.r. każdą praktykę należy oceniać *ad casum*, biorąc pod uwagę, wszystkie jej cechy i okoliczności wprowadzenia produktu na rynek.

W świetle powyższego istotne znaczenie ma, pojęcie niedopuszczalnego nacisku, które zostało zdefiniowane w art. 8 ust. 2 i oznacza każdy rodzaj wykorzystania przewagi wobec konsumenta, w szczególności użycie lub groźbę użycia przymusu fizycznego lub psychicznego, w sposób znacznie ograniczający zdolność przeciętnego konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy<sup>41</sup>. W uzasadnieniu projektu u.p.n.p.r. zwrócono uwagę, że termin niedopuszczalny nacisk nie był ówczesnie znany prawu polskiemu. Podkreślono także, że *„różnica między tą definicją a definicją z art. 2 lit. j Dyrektywy 2005/29/WE polega wyłącznie na zastosowaniu pojęć znanych prawu polskiemu, bez konieczności modyfikacji zakresu definicyjnego. Tym samym pod pojęciem niedopuszczalnego nacisku należy rozumieć każdy rodzaj perswazyjnego przymusu, wykorzystującego słabość drugiej strony, w tym zarówno przymus fizyczny, jak też przymus psychiczny, użyty w celu ograniczenia konsumentowi swobody podjęcia decyzji względem produktu. Należy podkreślić, że definicja obejmuje również nękanie oraz przymus, co jest zgodne z systematyką prawa polskiego”*<sup>42</sup>. Należy jednak zgodzić się, że mimo istniejących różnic, polski ustawodawca prawidłowo transponował regulacje Dyrektywy 2005/29/WE209 w zakresie agresywnych praktyk rynkowych<sup>43</sup>.

---

<sup>40</sup> Np. w wyroku Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 marca 2013 r., w sprawie o sygn. akt XVII AmA 18/11, wskazano, że niedopuszczalnym naciskiem może być presja wywierana na dłużników poprzez dezinformację i wywoływanie obaw.

<sup>41</sup> Polski ustawodawca w art. 8 ust. 3 u.p.n.p.r. wymienia katalog cech i okoliczności, które należy w szczególności brać pod uwagę oceniając czy dana praktyka rynkowa jest nieuczciwa. Są to m.in. czas, miejsce, rodzaj lub uciążliwość danej praktyki; celowe wykorzystanie przez przedsiębiorcę przymusowego położenia konsumenta lub innych okoliczności na tyle poważnych, że ograniczają one zdolność konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy.

<sup>42</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 33.

<sup>43</sup> J. Kępiński, *Wpływ prawa Unii Europejskiej na polskie prawo zwalczania nieuczciwej konkurencji ze szczególnym uwzględnieniem sprzedaży premiowanej*, 2019, [dostęp na dzień 07.05.2019 r. Legalis].



### **3.4. System konsorcyjny oraz kodeksy dobrych praktyk w ujęciu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

Artykuł 10 u.p.n.p.r. stanowi, że nieuczciwą praktyką rynkową jest prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego<sup>44</sup> a także organizowanie grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym. Co ciekawe tego rodzaju praktyka rynkowa nie została uregulowana w Dyrektywie 2005/29/WE a jej unormowanie w u.p.n.p.r. jest następstwem autonomicznej decyzji polskiego ustawodawcy. Przyjęcie art. 10 u.p.n.p.r. wynikało z faktu, że czyn ten stanowi szczególne zagrożenie dla konsumentów a na gruncie innych przepisów brak było odpowiednich regulacji zapewniających wysoki poziom ochrony konsumentów dotkniętych taką praktyką<sup>45</sup>.

Kolejny rodzaj zakazanej praktyki rynkowej odnosi się do kodeksów dobrych praktyk<sup>46</sup>. Co już podkreślano na prawidłowe funkcjonowanie rynku a także system ochrony konsumentów istotny wpływ mają samoregulacje oraz inne dobrowolne rozwiązania przyjmowane przez przedsiębiorców. System oparty na samoregulacji nie może jednak zastąpić systemu prawnego, lecz stanowi jego uzupełnienie. Istota samoregulacji sprowadza się do dobrowolnego związania się przez przedsiębiorców określonymi zasadami postępowania oraz stworzeniu regulacji ich egzekwowania.

W świetle treści i celów Dyrektywy 2005/29/WE, postanowienia kodeksów dobrych praktyk nie mogą być sprzeczne z przepisami obowiązującego prawa zaś państwa członkowskie mają względną swobodę wyboru, do stosowania wobec twórców kodeksów, których przepisy są sprzeczne z prawem, tych samych środków i procedur, które są przewidziane do zwalczania nieuczciwych praktyk rynkowych. Z tego względu polski ustawodawca w art. 11 u.p.n.p.r. przyjął, że nieuczciwą praktyką rynkową jest stosowanie kodeksu dobrych praktyk, którego postanowienia są sprzeczne z prawem a także tworzenie kodeksu dobrych praktyk rynkowych, który jest sprzeczne z prawem. W odniesieniu do kodeksów praktyk zabronione w każdych okolicznościach jest podawanie przez przedsiębiorcę informacji, że zobowiązał się on do przestrzegania

---

<sup>44</sup> Art. 2 pkt 10 u.p.n.p.r. stanowi, że przez system konsorcyjny należy rozumieć prowadzenie działalności gospodarczej polegającej na zarządzaniu mieniem gromadzonym w ramach grupy z udziałem konsumentów, utworzonej w celu sfinansowania zakupu produktu na rzecz uczestników grupy.

<sup>45</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 34.

<sup>46</sup> Zgodnie z art. 2 pkt 5 u.p.n.p.r. należy pod pojęciem kodeksu dobrych praktyk rozumieć zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych.

kodeksu dobrych praktyk, jeżeli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 1 u.p.n.p.r.). Także nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk traktowane jest jako działanie wprowadzające w błąd (art. 5 ust. 2 pkt 4 u.p.n.p.r.).

### **3.5. Praktyki rynkowe zabronione w każdych okolicznościach**

Lista praktyk rynkowych, które są zabronione w każdych okolicznościach stanowi Załącznik I Dyrektywy 2005/29/WE i obejmuje praktyki rynkowe wprowadzające w błąd (23 rodzaje) oraz praktyki agresywne (8 rodzajów). Kierując się regulacją zawartą w Dyrektywie 2005/29/WE polski ustawodawca w u.p.n.p.r. przyjął w sposób prawie dosłowny tzw. listę czarnych praktyk, włączając ją do tekstu ustawy i dzieląc na dwie części. W art. 7 u.p.n.p.r. został wymieniony katalog praktyk wprowadzających w błąd, które są zabronione w każdych okolicznościach natomiast w art. 9 u.p.n.p.r. katalog praktyk agresywnych zakazanych w każdych okolicznościach. Co już podkreślano, do uznania praktyki rynkowej za zabronioną w każdych okolicznościach nie jest konieczne spełnienie przesłanek z art. 4, 5, 6 oraz 8 u.p.n.p.r. Wystarczy, aby praktyka przedsiębiorcy znajdowała się na liście czarnych praktyk tj. katalogu z art. 7 lub 9 u.p.n.p.r.

W tym miejscu warto przypomnieć, że postanowienia Dyrektywy 2005/29/WE są oparte na regule pełnej harmonizacji. Co za tym idzie obowiązywanie krajowych regulacji bardziej restrykcyjnych lub liberalnych aniżeli te przewidziane w Dyrektywie 2005/29/WE jest niedopuszczalne, nawet gdyby miały one zapewnić jeszcze wyższy poziom ochrony konsumentów. Z tego też względu, polski ustawodawca tak jak i ustawodawcy innych państw członkowskich nie mogą w żaden sposób modyfikować zakresu praktyk rynkowych uznawanych za zabronione w każdych okolicznościach.

## **4. Środki zwalczania nieuczciwych praktyk rynkowych w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

Dyrektywa 2005/29/WE wyznaczyła państwom członkowskim obowiązek ustanowienia odpowiednich i skutecznych środków do przeciwdziałania nieuczciwym

praktykom handlowym, pozostawiając do wyboru uregulowanie tych kwestii na drodze postępowania administracyjnego lub sądowego. Z tego też względu w art. 24 u.o.k.k. zakazane zostało stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przez które rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe. W sytuacji kiedy przedsiębiorca dopuści się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK na drodze postępowania administracyjnego wydaje decyzję, w której m.in. może nakazać zaniechanie jej stosowania a także określić środki usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Polski ustawodawca dokonując implementacji Dyrektywy 2005/29/WE zdecydował się także w art.12 u.p.n.p.r. wprowadzić instrumenty indywidualnej ochrony konsumenta, które nie był wprost przewidziane w ramach Dyrektywy 2005/29/WE. Na możliwość przyjęcia takiego rozwiązania wskazuje motyw 9 Dyrektywy 2005/29/WE, zgodnie z którym Dyrektywa 2005/29/WE nie stanowi uszczerbku dla indywidualnych powództw wnoszonych przez osoby, które ucierpiały na skutek nieuczciwej praktyki handlowej.

Polski ustawodawca w rozdziale 4 u.p.n.p.r. zdecydował się wprowadzić także przepisy karne mające zastosowanie w przypadku stosowania niektórych nieuczciwych praktyk handlowych. Jak wskazano w uzasadnieniu u.p.n.p.r. realizacja zapewnienia uczciwości w obrocie wymaga ustanowienia odpowiednich sankcji wynikających ze stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych<sup>47</sup>. Takie rozwiązanie nie sprzeciwia się Dyrektywie 2005/29/WE, ponieważ ta zapewnia jedynie dodatkowy poziom ochrony, który można uruchomić bez konieczności wszczęcia postępowania karnego<sup>48</sup>.

#### **4.1. Odpowiedzialność cywilna**

Roszczenia przewidziane w art. 12 ust. 1 u.p.n.p.r. uzależnione są od dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej, statusu konsumenta osoby względem, której praktyka ta została dokonana i naruszenia lub zagrożenia interesu tej osoby<sup>49</sup>. Zgodnie z przywołanym artykułem w razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać:

---

<sup>47</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 40.

<sup>48</sup> SDW (2016) 163 final, Bruksela 25.5.2016.

<sup>49</sup> K. Południak-Gierz, *Instrumenty indywidualnej ochrony konsumenta w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym a „Nowy ład dla konsumentów”*, 2018, [dostęp na dzień 08.05.2019 r. Legalis].

- 1) zaniechania tej praktyki,
- 2) usunięcia skutków tej praktyki,
- 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie,
- 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu,
- 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Legitymację do wytoczenia powództwa w zakresie roszczeń z pkt 1, 3 i 5 posiadają także Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Finansowy, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów. Z roszczeniami na gruncie u.p.n.p.r. nie może natomiast wystąpić przedsiębiorca, w tym także konkurent przedsiębiorcy, który stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe, pomimo, że Dyrektywa 2005/29/WE pozostawiła państwom członkowskim taką możliwość.

Przedawnienie wszystkich roszczeń, poza roszczeniem o naprawienie szkody, wynosi 3 lata, a ich bieg rozpoczyna się oddzielnie, co do każdego naruszenia. Takie rozwiązanie niewątpliwie sprzyja efektywnej ochronie konsumentów, a jednocześnie nie stanowi nadmiernej uciążliwości dla przedsiębiorców<sup>50</sup>.

Mając na uwadze zapewnienie wysokiego poziomu ochrony słabszych uczestników obrotu gospodarczego oraz zapewnienie realnych możliwości dochodzenia swoich praw w art.13 u.p.n.p.r. polski ustawodawca przyjął, że ciężar dowodu, że dana praktyka rynkowa nie stanowi nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej. Jak wskazano w uzasadnieniu u.p.n.p.r. wynikało to z faktu, że większość z konsumentów, mając na uwadze uciążliwości związane z postępowaniami sądowymi jak chociażby trudności dowodowe, odstępuje od próby dochodzenia swoich roszczeń wobec przedsiębiorców<sup>51</sup>. Warto jednak zauważyć, że art. 13 u.p.n.p.r. obejmuje tylko te praktyki, które wprowadzają w błąd. Tym samym w odniesieniu do innych praktyk

---

<sup>50</sup> Uzasadnienie projektu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Druk sejmowy V kadencji Nr 1981, s. 40.

<sup>51</sup> Ibidem.

rynkowych rozkład ciężaru dowodowego podlega regulacjom ogólnym prawa cywilnego. Przyjęcie takiego rozwiązania wydaje się być zgodne z wymogami Dyrektywy 2005/29/WE.

## **4.2. Odpowiedzialność karna**

Jak już wspomniano polski ustawodawca w rozdziale 4 u.p.n.p.r. wprowadził przepisy karne mające zastosowanie w przypadku nieuczciwych praktyk rynkowych, które są szczególnie niebezpieczne dla konsumentów. Regulacje te o ile będą stosowane w praktyce mogą niewątpliwie zwiększyć poziom ochrony konsumentów oraz przyczynić się do prawidłowego funkcjonowania rynku.

Stosownie do treści art. 15 i 16 u.p.n.p.r. kara grzywny może zostać nałożona na tego kto stosuje agresywną praktykę rynkową, natomiast ten kto stosuje nieuczciwą praktykę rynkową polegającą na zarządzaniu mieniem gromadzonym w ramach grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu produktu w systemie konsorcyjnym lub organizuje taką grupę może zostać pozbawiony wolności nawet do 8 lat.

Do złożenia stosownego wniosku albo żądania, na podstawie którego czyny zabronione w u.p.n.p.r. podlegają ściganiu uprawnieni są: pokrzywdzony, Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Finansowy, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.