

# WSPÓLNY GŁOS ORGANIZACJI KONSUMENCKICH

marzec 2025

Krzysztof Pławecki

## Nieuczciwe praktyki rynkowe a organizacje konsumenckie

Konsumenckie organizacje pozarządowe mogą podejmować szereg działań, do których są uprawnione na mocy **ustaw ogólnych** (np. ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie), jak i **szczególnych** (np. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Ważnym aktem prawnym nadającym charakterystyczne kompetencje organizacjom konsumenckim, jest ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

### Co to jest nieuczciwa praktyka rynkowa

Ustawa ta pozwala w szczególności na prowadzenie działalności strażniczej, ukierunkowanej na badanie aktywności przedsiębiorców pod kątem naruszania przepisów i stosowania niezgodnych z prawem praktyk rynkowych. Praktyką rynkową w świetle tejże ustawy jest zarówno zaniechanie, jak i działanie przedsiębiorcy (w tym jego działalność marketingowa), bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.



Zgodnie z art. 4 ustawy, 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.

### Kompetencje konsumenckich NGO w razie wykrycia nieuczciwej praktyki

W razie wykrycia nieuczciwej praktyki rynkowej, organizacja konsumencka może żądać od przedsiębiorcy:

# WSPÓLNY GŁOS ORGANIZACJI KONSUMENCKICH

## Nieuczciwe praktyki rynkowe a organizacje konsumenckie

- zaniechania tej praktyki;
- złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
- zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Oczywiście, z tymi roszczeniami organizacja konsumencka może również wystąpić na drogę sądową. Uprawnienia do podobnego działania na podstawie powyższego przepisu ma jeszcze jedynie: Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Finansowy oraz powiatowy lub miejski rzecznik konsumentów. Wszystkie powyższe informacje pozwalają na stwierdzenie, że w świetle aktualnych przepisów, rola konsumenckich NGO jest bardzo znacząca, a ich kompetencje są naprawdę silne.

Wskazany wyżej przepis dodatkowo potęguje rolę konsumenckich organizacji pozarządowych chociażby dlatego, że wskazane tam przekazanie odpowiedniej sumy pieniężnej na cel związany z ochroną konsumentów w zdecydowanej większości oznaczać będzie w praktyce przekazanie kwoty dla organizacji pozarządowych.

### Ocena obecnej sytuacji

Pomimo sporych kompetencji, niewiele organizacji konsumenckich korzysta z możliwości, jakie daje ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Jakiego są tego powody? Najczęściej bardzo prozaiczne, ponieważ związane z finansami. Aby skutecznie monitorować oraz reagować na działania przedsiębiorców, konieczne jest posiadanie zespołu specjalistów, którzy mogą szybko reagować na pojawiające się naruszenia praw. Większość konsumenckich organizacji pozarządowych boryka się z brakiem środków na swoją działalność misyjną, co uniemożliwia dodatkową działalność strażniczą. Dlatego konieczna jest zmiana finansowania organizacji konsumenckich. Co prawda istnieją konkursy dotacyjne wspierające działalność strażniczą, np. Narodowy Instytut Wolności prowadzi nabór wniosku w ramach PROO3, jednakże jeśli zdamy sobie sprawę, jak wiele jest wokół nas różnych zachowań przedsiębiorców, to zdamy sobie sprawę z tego, że jest to kropla w morzu potrzeb.

