

STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

czerwiec 2025

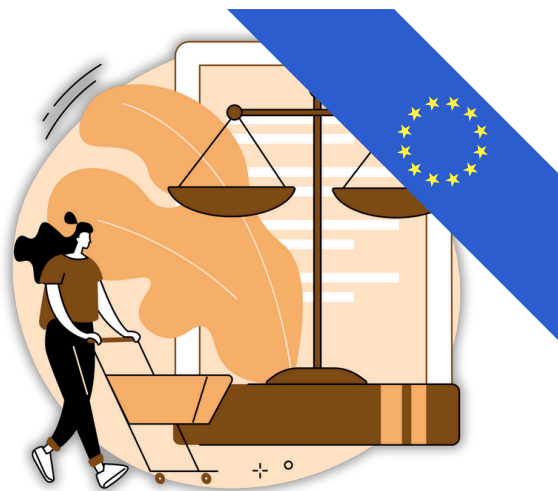
Hubert Plichta

Jednolite zasady dla wszystkich.

Co oznacza pełna harmonizacja w unijnym prawie konsumenckim?

Z pozoru brzmi to technicznie: „pełna harmonizacja przepisów w ramach Dyrektywy 2005/29/WE”. Ale za tym sformułowaniem kryje się coś, co bezpośrednio wpływa na życie każdego konsumenta w Unii Europejskiej – również w Polsce. Chodzi o zasady uczciwego handlu, reklam, promocji i tego, jak firmy mogą (lub nie mogą) zachęcać nas do zakupu towarów i usług. To, czy w całej Europie obowiązują te same reguły gry, czy też każde państwo może wprowadzać własne, surowsze lub łagodniejsze przepisy. A zmiana, jaka dokonała się w tej dziedzinie kilkanaście lat temu, była prawdziwym przełomem.

W unijnym prawie konsumenckim bardzo długo dominowała tzw. **harmonizacja minimalna**. To oznaczało, że Bruksela wyznaczała pewien poziom ochrony konsumentów, ale państwa członkowskie mogły iść dalej – wprowadzać przepisy bardziej surowe, lepiej chroniące interesy klientów. W teorii brzmiało to dobrze: kraje mogły dostosować regulacje do swoich realiów. W praktyce jednak prowadziło to do chaosu.



W różnych państwach obowiązywały inne definicje, inne zasady, a firmy działające na więcej niż jednym rynku musiały lawirować między sprzecznymi przepisami. Dla konsumentów z kolei oznaczało to nierówny poziom ochrony – w zależności od miejsca zamieszkania.

Dlatego właśnie Dyrektywa 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych oparta została na zasadzie pełnej harmonizacji. To oznacza, że wszystkie kraje Unii muszą wprowadzić identyczne przepisy, które w równym stopniu chronią konsumentów – bez możliwości przyjmowania własnych, bardziej rygorystycznych regulacji. Dla konsumenta to dobra wiadomość: niezależnie od tego, czy kupujemy coś w Polsce, Niemczech, Włoszech czy online w hiszpańskim sklepie, obowiązują nas te same zasady dotyczące np. reklam wprowadzających w błąd, promocji, konkursów czy sprzedaży bezpośredniej.

STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

Jednolite zasady dla wszystkich. Co oznacza pełna harmonizacja w unijnym prawie konsumenckim?

Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wielokrotnie potwierdzał, że państwa członkowskie nie mogą uchylać własnych przepisów zakazujących konkretnych praktyk handlowych, jeżeli nie wynikają one wprost z dyrektywy.

Przykład? Niektóre państwa chciały zakazać konkursów, w których udział wymaga zakupu produktu – niezależnie od kontekstu. TSUE jasno stwierdził, że takie zakazy są niezgodne z prawem UE, jeśli wykraczają poza to, co przewiduje unijna dyrektywa. Dyrektywa zawiera bowiem zamknięty katalog 31 praktyk, które są zakazane bez względu na okoliczności – tzw. czarna lista. Wszystkie inne muszą być oceniane indywidualnie, zgodnie z zasadami zawartymi w dyrektywie, i państwa członkowskie nie mogą tworzyć własnych, ogólnych zakazów.

Pełna harmonizacja wzbudza jednak pewne kontrowersje. Komitet Regionów – unijna instytucja reprezentująca interesy lokalnych samorządów – wyraził obawy, że może ona prowadzić do osłabienia zaufania konsumentów. Dlaczego? Bo jeśli państwo, które dotąd chroniło konsumentów surowiej niż wymagała tego Unia, musi zrezygnować z tych przepisów, obywatele mogą poczuć się mniej bezpiecznie.

Z drugiej strony Komisja Europejska zauważa, że tylko ujednoczenie przepisów może zbudować wspólny, przejrzysty rynek – zwłaszcza w sytuacji, gdy coraz więcej transakcji odbywa się online, a podziały między krajami są coraz mniej istotne.



Warto jednak zaznaczyć, że unijne prawo przewiduje wyjątki. W odniesieniu do usług finansowych i nieruchomości państwa członkowskie wciąż mogą wprowadzać surowsze przepisy – jeśli są one zgodne z ogólnymi zasadami prawa UE. Wynika to ze specyfiki tych rynków – złożonych, ryzykownych i często bardzo silnie powiązanych z interesem publicznym.

STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

Jednolite zasady dla wszystkich. Co oznacza pełna harmonizacja w unijnym prawie konsumenckim?

Co to oznacza dla polskiego konsumenta?

Przede wszystkim to, że ma on zagwarantowaną taką samą ochronę jak konsumenci w całej Unii. Żadna firma nie może stosować praktyk, które są nieuczciwe według wspólnotowych standardów – a jeśli to robi, można ją zgłosić do UOKiK, który działa w oparciu o te właśnie przepisy.

Oznacza to także, że krajowe przepisy nie mogą być bardziej surowe niż te, które wynikają z dyrektywy – nawet jeśli ustawodawcy uważają, że byłoby to korzystne dla konsumentów. Innymi słowy: ochrona konsumenta została ujednoczona i sformalizowana na poziomie unijnym, a państwa członkowskie są zobowiązane, by jej nie modyfikować.

To ważna zmiana, bo porządkuje sytuację prawną i wzmacnia przejrzystość całego rynku. Konsument nie musi już znać prawa każdego kraju, w którym kupuje. A przedsiębiorca nie może zasłaniać się różnicami w przepisach. Wszyscy grają według tych samych reguł.

Ostatecznie, pełna harmonizacja w zakresie ochrony przed nieuczciwymi praktykami handlowymi to krok ku bardziej sprawiedliwemu i bezpiecznemu rynkowi. Daje konsumentom pewność, że są chronieni – niezależnie od tego, gdzie i od kogo kupują. A choć niektórym może się wydawać, że ogranicza to swobodę krajowych ustawodawców, w rzeczywistości wzmacnia zaufanie do jednolitego rynku. Bo w świecie, w którym reklamy, oferty i sklepy nie znają granic, prawo też musi być jednolite.

