

# STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

wrzesień 2025

Hubert Plichta

## *Jak Unia Europejska walczy z nieuczciwymi praktykami handlowymi?*

### *Środki przewidziane w Dyrektywie 2005/29/WE*

W natłoku reklam, ofert i promocji konsumenci często mają trudność z odróżnieniem uczciwej propozycji od manipulacji. Dlatego Unia Europejska już wiele lat temu przyjęła wspólne przepisy, które mają chronić klientów przed wprowadzającymi w błąd lub agresywnymi praktykami ze strony przedsiębiorców. Kluczowym dokumentem w tym zakresie jest **Dyrektywa 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych**, która zobowiązuje wszystkie państwa członkowskie – w tym Polskę – do podjęcia konkretnych działań i wdrożenia skutecznych środków ochrony.

Dyrektywa jasno wskazuje, że walka z nieuczciwymi praktykami musi odbywać się na dwóch równoległych drogach: sądowej i administracyjnej. Każde państwo członkowskie może zdecydować, czy udostępni konsumentom obie ścieżki, czy jedną z nich.



Podstawowy wymóg jest jeden – system musi być realnie dostępny, skuteczny i zapewniać możliwość działania nie tylko osobom fizycznym, ale również organizacjom broniącym interesów konsumentów, a nawet konkurencyjnym firmom.

W praktyce oznacza to, że jeżeli jakiś przedsiębiorca stosuje nieuczciwe praktyki handlowe – na przykład reklamuje produkt w sposób wprowadzający w błąd, zataja ważne informacje lub wywiera presję psychologiczną – każda osoba lub instytucja mająca uzasadniony interes może domagać się, by zaprzestał tego działania. Co więcej, nie trzeba czekać, aż klient rzeczywiście poniesie szkodę – prawo pozwala na interwencję nawet wtedy, gdy nieuczciwa praktyka dopiero grozi zastosowaniem.

# STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

Jak Unia Europejska walczy z nieuczciwymi praktykami handlowymi?

Kluczowe narzędzia przewidziane w dyrektywie to nakaz zaprzestania stosowania nieuczciwej praktyki handlowej oraz wszczęcie postępowania sądowego lub administracyjnego w tym celu. Co istotne, organy odpowiedzialne za egzekwowanie przepisów nie muszą dowodzić, że przedsiębiorca działał celowo lub niedbale. Wystarczy sam fakt, że jego działanie narusza interes konsumentów. Nie trzeba również udowadniać rzeczywistej szkody – liczy się potencjalne ryzyko.

Dyrektywa przewiduje również możliwość zastosowania tzw. środków prewencyjnych. To znaczy, że jeżeli sąd lub urząd uzna, że dana firma planuje wprowadzenie praktyki, która może wprowadzać konsumentów w błąd, może zakazać jej jeszcze zanim zostanie faktycznie zastosowana. To ważne rozwiązanie, które pozwala reagować zawczasu, zanim dojdzie do strat po stronie klientów.

Co więcej, prawo pozwala sądom i instytucjom publicznym na usuwanie skutków nieuczciwych działań. Oznacza to, że jeśli dana firma została zobowiązana do zaprzestania stosowania danej praktyki, może również zostać zmuszona do opublikowania treści wyroku lub odpowiedniego sprostowania – np. na stronie

internetowej, w prasie lub w formie komunikatu w miejscu, gdzie wcześniej wprowadzała klientów w błąd. Takie działania mają nie tylko przywrócić zaufanie konsumentów, ale też spełniają funkcję ostrzegawczą.

Jedną z najważniejszych kwestii uregulowanych w Dyrektywie 2005/29/WE jest ciężar dowodu. W sprawach dotyczących nieuczciwych praktyk handlowych to nie konsument musi udowadniać, że padł ofiarą manipulacji. Wręcz przeciwnie – to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek udowodnienia, że jego praktyka była zgodna z prawem. Jeśli nie potrafi on przekonująco wykazać, że jego działanie nie wprowadzało w błąd, sąd lub organ administracyjny może uznać, że było nieuczciwe.

Takie rozwiązanie obowiązuje również w Polsce. Zgodnie z ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, to firma musi wykazać, że jej zachowanie nie naruszało prawa. Jest to szczególnie ważne w sprawach dotyczących reklam, promocji czy ofert specjalnych – gdzie konsumenci nie zawsze są w stanie samodzielnie zinterpretować wszystkie informacje prawne i handlowe.



# STRAŻNICY PRAW KONSUMENTÓW

Jak Unia Europejska walczy z nieuczciwymi praktykami handlowymi?

---

Na koniec warto wspomnieć o sankcjach. Każde państwo członkowskie ma obowiązek nie tylko wprowadzenia przepisów chroniących konsumentów, ale także ustanowienia realnych kar za ich łamanie. Muszą być one – jak wskazuje dyrektywa – skuteczne, proporcjonalne i odstrasżające. To oznacza, że nieuczciwe praktyki nie mogą się opłacać. Kara nie może być symboliczna, a jej wysokość powinna być na tyle znacząca, by zniechęcić innych przedsiębiorców do podobnych działań.

Unijna Dyrektywa 2005/29/WE tworzy silny, wielowarstwowy system ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami handlowymi. Pozwala reagować nie tylko na działania, które już się wydarzyły, ale też zapobiegać tym, które mogą dopiero nastąpić. Przerzuca odpowiedzialność dowodową na przedsiębiorców i daje konsumentom – oraz organizacjom ich reprezentującym – realne narzędzia działania. W praktyce oznacza to, że jesteśmy lepiej chronieni niż kiedykolwiek wcześniej – ale żeby ta ochrona działała, musimy znać swoje prawa i z nich korzystać.