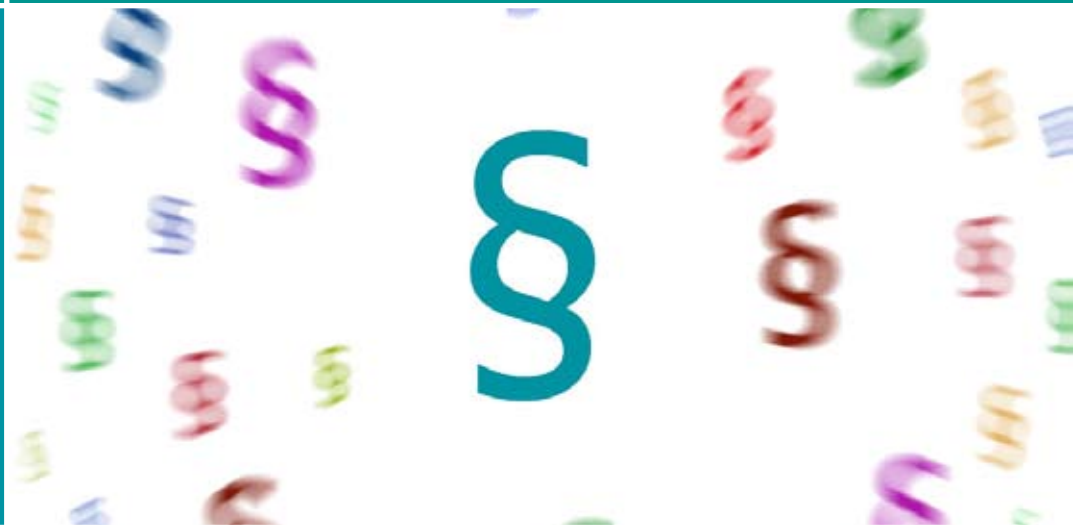



# Ochrona praw konsumenta



Piotr Waglowski



Autor:  
Piotr Wąglowski

Wydawca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)  
ul. Pańska 81/83  
00-834 Warszawa

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

Skład:  
Marcin May  
PARP

Wydanie I

Publikacja bezpłatna

Publikacja powstała w ramach projektu „Uruchomienie wielofunkcyjnej platformy komunikacji internetowej wspierającej realizację działań 8.1 i 8.2 PO IG”, realizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Wspieramy e-biznes [www.web.gov.pl](http://www.web.gov.pl)

Copyright © by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości Warszawa 2009, Wszelkie prawa zastrzeżone. Żaden fragment nie może być wykorzystywany w jakiegokolwiek formie ani przekładany na język mechaniczny bez zgody PARP.

## Spis treści

1. Ochrona praw konsumenta	4
1.1. Konsument i strażnicy jego praw	4
1.2. Zbiorowe interesy konsumentów	4
1.3. Klauzule abuzywne	5
2. Nieuczciwe praktyki rynkowe	6
2.1. Praktyka wprowadzająca w błąd	7
2.2. Agresywna praktyka rynkowa	8
2.3. Ochrona przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi	8
3. Ochrona konkurencji	8
3.1. Swoboda prowadzenia działalności gospodarczej	8
3.2. Praktyki ograniczające konkurencję	9
3.3. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji	10
3.4. Niektóre delikty nieuczciwej konkurencji	11

## 1. Ochrona praw konsumenta

Problematyka praw konsumenta regulowana jest w Polsce - w pierwszej kolejności - przepisami konstytucyjnymi, na mocy których władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Przepisy dotyczące ochrony - słabszej rynkowo - pozycji konsumentów znajdują się w Kodeksie cywilnym, w ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (w tej ustawie znalazły się m.in. przepisy dotyczące zawierania umów na odległość), problematyka konsumencka regulowana jest również w szeregu innych ustaw szczegółowych, jak np. w ustawie z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim, w ustawie Prawo bankowe, czy ustawie o usługach turystycznych. Przepisy polskich ustaw stanowią implementację odpowiednich regulacji Unii Europejskiej, które poświęcone są ochronie konsumentów.

### 1.1. Konsument i strażnicy jego praw

Zgodnie z postanowieniami Kodeksu cywilnego za **konsumenta** uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Do tak rozumianego pojęcia odwołują się również inne przepisy konsumenckie, w szczególności przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W relacjach biznesowych konsument jest z reguły słabszą stroną, dlatego system prawa traktuje go szczególnie, otwierając nad nim swoisty parasol ochronny. Przykładowo - zgodnie z Kodeksem cywilnym - niejednoznacznie sformułowane postanowienia znajdujące się we wzorcach umownych tłumaczy się na korzyść konsumenta. Z tego samego powodu postanowienia umów zawieranych z konsumentami, które nie były z nimi indywidualnie uzgodnione, nie wiążą ich, o ile kształtują prawa konsumenta oraz jego obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Mamy wówczas do czynienia z niedozwolonymi postanowieniami umownymi. W relacjach z konsumentami na przedsiębiorcy ciąży często szereg obowiązków informacyjnych, np. dotyczących jego działalności (siedziby, nazwy, itp.), ale również dotyczących oferowanych przez niego produktów i usług.

Centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów jest **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**<sup>1</sup> (UOKiK). Prezes tego urzędu ma szereg uprawnień związanych z ochroną konsumentów, np. wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. W takiej decyzji może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie, może nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Z punktu widzenia przedsiębiorcy istotnym uprawnieniem Prezesa UOKiK jest prawo żądania od przedsiębiorcy pewnych informacji i dokumentów, a przedsiębiorcy są obowiązani do przekazywania takich materiałów. W toku postępowania przed Prezesem UOKiK może być - w zakresie objętym postępowaniem - przeprowadzona kontrola u każdego przedsiębiorcy. Kontrolę taką przeprowadzają upoważnieni pracownicy Urzędu lub Inspekcji Handlowej.

Pewne działania na rzecz konsumentów wykonują również **powiatowi (miejscy) rzecznicy konsumentów**. Do zadań takich rzeczników należy zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów, składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów, a także występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów. Jednym z uprawnień rzecznika konsumentów jest to, że może wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów. Jeśli do przedsiębiorcy zwróci się rzecznik konsumentów - przedsiębiorca jest obowiązany udzielić mu wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii przedstawionych przez rzecznika. Rzecznicy konsumentów współpracują z delegaturami UOKiK, a także organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.

### 1.2. Zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów - zakazane jest stosowanie praktyk naruszających **zbiorowe interesy konsumentów**. Chodzi tu o bezprawne działania przedsiębiorców (mogą to być również zaniechania, gdy istnieje obowiązek działania), chociaż podstawy bezprawności będą wynikały zarówno z przepisów konsumenckich, jak i z innych przepisów (np. omówionej już wyżej ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji itp.). Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wyjaśnia, czym są takie praktyki. Chodzi o:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone,

<sup>1</sup> <http://www.uokik.gov.pl>

- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Ustawa wyjaśnia, że zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. Chodzi - w gruncie rzeczy - o takie interesy, które mogą dotyczyć nieograniczonej lub niemożliwej do ustalenia liczby konsumentów.

Godzącym w zbiorowe interesy konsumentów było - zgodnie z decyzją UOKiK - fałszowanie nagłówków poczty elektronicznej w taki sposób, że ich odbiorca mógł być wprowadzony w błąd co do ich pochodzenia oraz ich statusu prawnego<sup>2</sup>. Inny przykład dostarcza nam Decyzja Prezesa UOKiK - Delegatury w Krakowie<sup>3</sup>, zgodnie z którą praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów było naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, przy rozpowszechnianiu treści oraz mechanizmów obsługujących transakcje kupna-sprzedaży, umieszczonych na stronach internetowych przedsiębiorcy. Prezes UOKiK uznał również za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów umieszczanie na okładkach płyt CD i DVD klauzul, które dotyczyły zakresu prawnoautorskiej ochrony egzemplarzy utworów wprowadzanych do obrotu<sup>4</sup>. Informacje te sugerowały bezwzględny zakaz pożyczania oraz kopiowania utworu bez zgody właściciela praw autorskich, tymczasem w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych znajdują się przepisy o tzw. dozwolonym użytku osobistym.

Z wnioskiem o wszczęcie postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może wystąpić: Rzecznik Praw Obywatelskich, rzecznik ubezpieczonych, rzecznik konsumentów, organizacja konsumencka. Może z takim wnioskiem wystąpić również zagraniczna organizacja wpisana na listę organizacji uprawnionych w państwach Unii Europejskiej do złożenia wniosku o wszczęcie postępowania, opublikowaną w Dzienniku Urzędowym Wspólnot Europejskich.

Za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę **karę finansową** do 10 proc. przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. W przypadku niewywiązywania się przedsiębiorcy z nałożonych decyzją obowiązków - Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę karę w wysokości do 10 tys. euro za każdy dzień zwłoki.

### 1.3. Klauzule abuzyjne

Szczególna troska systemu prawnego o prawa konsumenckie skutkuje wprowadzeniem pewnych ograniczeń w stosowaniu klauzul umownych w relacjach z konsumentami. Zgodnie z Kodeksem cywilnym - w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w szczególności:

- wyłączają lub ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za szkody na osobie
- wyłączają lub istotnie ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania,
- wyłączają lub istotnie ograniczają potrącenie wierzycelności konsumenta z wierzycelnością drugiej strony,
- przewidują postanowienia, z którymi konsument nie miał możliwości zapoznać się przed zawarciem umowy,
- zezwalają kontrahentowi konsumenta na przeniesienie praw i przekazanie obowiązków wynikających z umowy bez zgody konsumenta,
- uzależniają zawarcie umowy od przyrzeczenia przez konsumenta zawierania w przyszłości dalszych umów podobnego rodzaju,
- uzależniają zawarcie, treść lub wykonanie umowy od zawarcia innej umowy, niemającej bezpośredniego związku z umową zawierającą oceniane postanowienie,
- uzależniają spełnienie świadczenia od okoliczności zależnych tylko od woli kontrahenta konsumenta,
- przyznają kontrahentowi konsumenta uprawnienia do dokonywania wiążącej interpretacji umowy,
- uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie,
- przyznają tylko kontrahentowi konsumenta uprawnienie do stwierdzania zgodności świadczenia z umową,
- wyłączają obowiązek zwrotu konsumentowi uiszczonej zapłaty za świadczenie niespełnione w całości lub części, jeżeli konsument zrezygnuje z zawarcia umowy lub jej wykonania,
- przewidują utratę prawa żądania zwrotu świadczenia konsumenta spełnionego wcześniej niż świadczenie kontrahenta, gdy strony wypowiedają, rozwiązują lub odstępują od umowy,
- pozbawiają wyłącznie konsumenta uprawnienia do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia,
- zastrzegają dla kontrahenta konsumenta uprawnienie wypowiedzenia umowy zawartej na czas

<sup>2</sup> Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 20 lipca 2007 r., Nr DDK- 18/2007

<sup>3</sup> Decyzja Prezesa UOKiK - Delegatury w Krakowie z dnia 7 marca 2005 r., Nr RKR - 10/2005

<sup>4</sup> Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 31 stycznia 2007 r., Nr DDK-5/2007

- nieoznaczony, bez wskazania ważnych przyczyn i stosownego terminu wypowiedzenia, nakładają wyłącznie na konsumenta obowiązek zapłaty ustalonej sumy na wypadek rezygnacji z zawarcia lub wykonania umowy,
- nakładają na konsumenta, który nie wykonał zobowiązania lub odstąpił od umowy, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanej kary umownej lub odstępnego,
- stanowią, że umowa zawarta na czas oznaczony ulega przedłużeniu, o ile konsument, dla którego zastrzeżono rażąco krótki termin, nie złoży przeciwnego oświadczenia,
- przewidują wyłącznie dla kontrahenta konsumenta jednostronne uprawnienie do zmiany, bez ważnych przyczyn, istotnych cech świadczenia,
- przewidują uprawnienie kontrahenta konsumenta do określenia lub podwyższenia ceny lub wynagrodzenia po zawarciu umowy bez przyznania konsumentowi prawa odstąpienia od umowy,
- uzależniają odpowiedzialność kontrahenta konsumenta od wykonania zobowiązań przez osoby, za pośrednictwem których kontrahent konsumenta zawiera umowę lub przy których pomocy wykonuje swoje zobowiązanie, albo uzależniają tę odpowiedzialność od spełnienia przez konsumenta nadmiernie uciążliwych formalności,
- przewidują obowiązek wykonania zobowiązania przez konsumenta mimo niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez jego kontrahenta,
- wyłączają jurysdykcję sądów polskich lub poddają sprawę pod rozstrzygnięcie sądu polubownego polskiego lub zagranicznego albo innego organu, a także narzucają rozpoznanie sprawy przez sąd, który wedle ustawy nie jest miejscowo właściwy.

Wylczenie to nie ma charakteru zamkniętego. Prezes UOKiK prowadzi specjalny **rejestr postanowień wzorców umownych, uznanych za niedozwolone**. Rejestr ten jest publicznie dostępny na stronie internetowej Urzędu i jest systematycznie uzupełniany, m.in. w wyniku kontroli wzorców umownych. W chwili obecnej w rejestrze tym znajdują się już klauzule abuzywne dotyczące działalności internetowej (np. w zakresie postanowień regulaminów aukcji internetowych, rejestracji domen, itp.). Kontrola postanowień umownych dokonywana jest przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który funkcjonuje w ramach Sądu Okręgowego w Warszawie. Z **pozwem** o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolony może wystąpić każdy, kto według oferty stosującego dany wzorzec (a więc w tym postępowaniu - pozwanego) mógłby zawrzeć z nim umowę zawierającą postanowienie, którego uznania za niedozwolone się żąda. Wynika z tego, że z pozwem takim może wystąpić nie tylko osoba, która jest już związana jakimś stosunkiem umownym ze stosującym określony wzorzec umowny, ale może z takim pozwem wystąpić praktycznie każdy konsument. Pozew taki może również złożyć organizacja konsumencka, powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów oraz Prezes UOKiK.

Stosowanie klauzul, które zostały wpisane do rejestru klauzul abuzywnych, jest zakazane. Sąd Najwyższy w podjętej przez siebie uchwale dotyczącej tego zagadnienia, stwierdził<sup>5</sup>, że stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru prowadzonego przez Prezesa UOKiK - może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**. Wynika z tego, że zakaz stosowania postanowienia, które zostało wpisane do rejestru niedozwolonych klauzul umownych odnosi się nie tylko do podmiotu, wobec którego zostało wydane orzeczenie, ale także do wszystkich przedsiębiorców. Z tego też powodu przedsiębiorcy, którzy chcieliby w ramach prowadzonej przez siebie działalności przygotować stosowne wzorce umowne, powinni zapoznać się ze zgromadzonym już zbiorem klauzul niedozwolonych na stronie UOKiK.

## 2. Nieuczciwe praktyki rynkowe

Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym określa nieuczciwe praktyki rynkowe w działalności gospodarczej i zawodowej oraz zasady przeciwdziałania tym praktykom w interesie konsumentów i w interesie publicznym. Ustawa wdrożenia dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE, 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”). Zgodnie z ustawą: **zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych**. Praktyka rynkowa (stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów) 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”.

<sup>5</sup> Uchwała Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006 r., sygn. III SZP 3/06

Ustawa wprowadza definicję „**przeciętnego konsumenta**”. Jest nim konsument, „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”.

Ustawa wiąże powszechnie obowiązujące prawo z „**kodeksami dobrych praktyk**”: zgodnie z ustawą za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się m.in. praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki nieuczciwych praktyk rynkowych. Te postanowienia ustawy dają podstawy do oceny zgodności z prawem przyjmowanych przez grupy przedsiębiorców kodeksów dobrych praktyk, a stosowanie kodeksu dobrych praktyk, którego postanowienia są sprzeczne z prawem również jest uznane za nieuczciwą praktykę rynkową. Nieuczciwej praktyki dopuścić się może również „twórca kodeksu dobrych praktyk”, którym może być zarówno przedsiębiorca, ale też związek przedsiębiorców.

## 2.1. Praktyka wprowadzająca w błąd

Za praktykę rynkową, która wprowadza w błąd, ustawa uznaje takie działanie, które „w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął”. Ustawa wymienia przykłady takich praktyk:

- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji,
- rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd,
- działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
- nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk.

Działanie wprowadzające w błąd może dotyczyć istnienia produktu, jego rodzaju lub dostępności, jego cech, obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części. Działanie wprowadzające w błąd może też dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy, także ceny, rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień.

Wprowadzające w błąd może być też **zaniechanie**: „Praktykę rynkową uznaje się za 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”. Ustawa odwołuje się ogólnie do innych obowiązków informacyjnych, przewidzianych w odrębnych ustawach. Takie obowiązki znajdują się m.in. w omówionej już ustawie o ochronie danych osobowych, ale również w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Kodeksie spółek handlowych, itp. Ustawa przewiduje przykłady zaniechań, które są uznane za wprowadzające w błąd:

- zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie **istotnych informacji** dotyczących produktu (ustawa przewiduje również wyjaśnienie dotyczące rozumienia pojęcia „istotnych informacji”, wymieniając ich katalog)
- nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Wśród zjawisk, które będą uznane za nieuczciwą praktykę rynkową „w każdych okolicznościach”, wymieniono m.in. **kryptoreklamę**, która polega na „wykorzystywaniu treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji, gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta”.

## 2.2. Agresywna praktyka rynkowa

Praktyka rynkowa jest uznana za agresywną, „jeżeli przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął”. Podobnie jak w przypadku praktyk wprowadzających w błąd - ustawa przewiduje szereg agresywnych praktyk rynkowych, których uznanie za takie zależy od uwzględnienia każdorazowo cech tej praktyki, jednocześnie wprowadza katalog agresywnych praktyk rynkowych, które są nieuczciwe w każdych okolicznościach. W kontekście gospodarki elektronicznej należy tu wyróżnić „uciążliwe i niewywołane działaniem albo zaniechaniem konsumenta nakłanianie do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy”. Wynika z tego, że przesyłanie niezamówionej korespondencji elektronicznej (spam) zostało uznane za agresywną, a tym samym - nieuczciwą praktykę rynkową.

## 2.3. Ochrona przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi

Na podstawie ustawy konsument może zwrócić się do sądu powszechnego i dochodzić określonych w ustawie roszczeń. Sytuacja konsumenta jest tu uprzywilejowana, gdyż ciężar dowodu, że dana praktyka rynkowa nie stanowi „nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd”, spoczywa na przedsiębiorcy. Ciężar dowodu nie został przeniesiony na przedsiębiorcę w przypadku „agresywnej praktyki rynkowej”. W razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać: zaniechania tej praktyki, usunięcia skutków tej praktyki, złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Konsument może także żądać 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. Wreszcie - może żądać zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Poza konsumentem z niektórymi roszczeniami mogą również wystąpić: Rzecznik Praw Obywatelskich, rzecznik ubezpieczonych, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, a także powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.

Ustawa nie określa szczególnego trybu postępowania w sprawach związanych z nieuczciwymi praktykami rynkowymi, a więc zastosowanie znajdują tu ogólne przepisy postępowania cywilnego.

Obok odpowiedzialności cywilnej ustawa zawiera również przepisy karne, wśród nich przewidujący karę grzywny za stosowanie agresywnej praktyki rynkowej.

## 3. Ochrona konkurencji

Problematyka konkurencji w Polsce regulowana jest przepisami Kodeksu cywilnego, ustawą z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, ustawą z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawą o z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i szeregiem ustaw szczegółowych.

### 3.1. Swoboda prowadzenia działalności gospodarczej

Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej reguluje podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz zadania organów administracji publicznej w tym zakresie. **Przedsiębiorcą** w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przedsiębiorcami są również wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Podejmowanie, wykonywanie i zakończenie działalności gospodarczej jest **wolne dla każdego na równych prawach**, z zachowaniem warunków określonych przepisami prawa. Oznacza to, że każdy - po spełnieniu określonych przez system prawa wymogów, może prowadzić swoją działalność w taki sposób, w jaki uważa za słuszne (co nie jest zakazane - jest dozwolone, w niektórych sytuacjach pojawiają się obowiązki określonego zachowania, ale te obowiązki są, albo powinny być, takie same dla wszystkich podmiotów uczestniczących w grze rynkowej). Czasami przepisy tak konstruują obowiązki przedsiębiorców,



że prowadzenie określonej działalności nie jest możliwe np. z wykorzystaniem Internetu lub w Internecie. Tak np. jest w przypadku „działalności hazardowej”, która - jak można wywnioskować z całości regulacji znajdujących się w polskich przepisach - dopuszczona jest, po spełnieniu szeregu wymagań stawianych przez ustawę, jedynie w fizycznym miejscu, chociaż, jak wynika z wyroku Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich z 2003 roku<sup>6</sup>, regulacje dopuszczalności prowadzenia działalności hazardowej online oceniać należy na gruncie zasad swobody przedsiębiorczości oraz swobody świadczenia usług na rynku wspólnotowym. Podobny problem występuje w przypadku internetowych aptek, chociaż po nowelizacji w 2007 roku ustawy Prawo farmaceutyczne dopuszczono - pod bardzo rygorystycznymi warunkami - prowadzenie przez apteki ogólnodostępne i punkty apteczne wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza. W wykonaniu delegacji ustawowej, wprowadzonej nowelizacją ustawy, zostało wydane Rozporządzenie ministra zdrowia z dnia 14 marca 2008 r. w sprawie warunków wysyłkowej sprzedaży produktów leczniczych wydawanych bez przepisu lekarza.

Generalną zasadą jest to, że przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą po uzyskaniu **wpisu do rejestru przedsiębiorców** w Krajowym Rejestrze Sądowym albo do Ewidencji Działalności Gospodarczej. Podejmowanie i wykonywanie działalności gospodarczej może wiązać się dodatkowo z obowiązkiem uzyskania przez przedsiębiorcę koncesji albo wpisu do rejestru działalności regulowanej.

Zgodnie z tymi przepisami przedsiębiorca powinien wykonywać swoją działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów. Przedsiębiorca jest zobowiązany również do spełniania określonych przepisami prawa warunków wykonywania działalności gospodarczej, w szczególności dotyczących ochrony przed zagrożeniem życia, zdrowia ludzkiego i moralności publicznej, a także ochrony środowiska.

### 3.2. Praktyki ograniczające konkurencję

Wspomniana już wcześniej ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, obok mechanizmów ochrony konsumentów, wprowadza również takie mechanizmy w odniesieniu do konkurencji. Ustawa posługuje się pojęciem praktyk ograniczających konkurencję, wprowadzając zakaz stosowania takich praktyk. Zakaz ten dotyczy dokonywania **porozumień ograniczających konkurencję** (chodzi o porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym). Zakazane jest też **nadużywanie pozycji dominującej**, jak np. narzucanie nieuczciwych cen, ograniczanie produkcji, stosowanie w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji. Jeśli zachodzą przesłanki wynikające z ustawy, a więc jeśli dojdzie do naruszenia zakazów - Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za ograniczającą konkurencję i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Istnieje już interesująca praktyka Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w obszarze tzw. informatyzacji. Oto w 2007 roku Prezes Urzędu nałożył<sup>7</sup> na Narodowy Fundusz Zdrowia oraz jedno z przedsiębiorstw informatycznych, działających w Polsce, kary w wysokości pół miliona złotych (na każdy z podmiotów). Zdaniem Prezesa UOKiK doszło do porozumienia między spółką a NFZ, które ograniczało konkurencję na rynku programów komputerowych. Wśród form działania, które ograniczają konkurencję zostały wskazane takie jak: organizowanie szkoleń, w trakcie których rozdawano bezpłatną wersję programu komputerowego, służącego do obsługi jednostek podstawowej opieki medycznej i namawianie w czasie szkolenia do korzystania wyłącznie z programów firmy, która wcześniej porozumiała się z NFZ. Inną formą dostrzeżoną przez Prezesa UOKiK w tej sprawie było publikowanie przez NFZ, opracowanych w ramach porozumienia z NFZ przez spółkę, niekompletnych informacji dotyczących standardów wymiany danych. Publikacja nastąpiła również z opóźnieniem, a efekt był taki, że jedynie spółka, która przygotowywała te standardy dla NFZ miała do nich dostęp i wykorzystywała takie informacje znacznie wcześniej niż istniejący i potencjalni konkurenci. Znacznie utrudniało to dostosowanie programów świadczeniodawców korzystających z oprogramowania innych firm, aniżeli ukarana przez Prezesa UOKiK spółka, do zmieniających wymagań sprawozdawczości w NFZ. Za praktykę ograniczającą konkurencję Prezes UOKiK uznał również „wymuszanie przez ZAiKS udzielania wyłącznego upoważnienia do zarządzania prawami do (...) utworów łącznie w zakresie publicznego wykonania, nagrań mechanicznych oraz emisji w radiu i telewizji”, a w związku z tym, że Stowarzyszenie Autorów ZAiKS w Warszawie zwlekało z wykonaniem decyzji, Prezes UOKiK wydał kolejną decyzję<sup>8</sup>, którą nałożył na stowarzyszenie karę pieniężną w wysokości 1.565.334 zł (słownie: jeden milion pięćset sześćdziesiąt pięć tysięcy trzysta trzydzieści cztery złote).

Postępowanie antymonopolowe w sprawach praktyk ograniczających konkurencję może być wszczęte przez Prezesa UOKiK albo na wniosek, albo z urzędu. Zgodnie z ustawą - zawiadomienie dotyczące podejrzenia stosowania praktyk ograniczających konkurencję **może zgłosić każdy**. Przed wydaniem postanowienia o wszczęciu lub decyzji o odmowie wszczęcia postępowania antymonopolowego Prezes Urzędu może przeprowadzić postępowanie wyjaśniające, mające na celu uzyskanie dodatkowych informacji niezbędnych do rozstrzygnięcia o wszczęciu lub odmowie wszczęcia postępowania antymonopolowego. Możliwość nakładania kar finansowych w przypadku stwierdzenia praktyk ograniczających konkurencję są

6 Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich z dnia 6 listopada 2003 w sprawie C-243/01.

7 Decyzja Prezesa UOKiK - Delegatura w Lublinie z 6 lipca 2007 r., Nr RLU-28/2007.

8 Decyzja Prezesa UOKiK z dnia 24 czerwca 2008 r., Nr RWA - 19/2008

takie, jak w przypadku opisanych już wcześniej praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Wśród mechanizmów ochrony konkurencji jest również obowiązek zgłoszenia Prezesowi UOKiK **zamiaru koncentracji przedsiębiorców** (np. połączenia dwóch lub więcej przedsiębiorców działających samodzielnie, przejęcia, nabycia, utworzenia wspólnego przedsiębiorstwa) jeśli łączny światowy obrót przedsiębiorców uczestniczących w koncentracji w roku obrotowym poprzedzającym rok zgłoszenia przekracza równowartość miliard euro, albo jeśli taki obrót na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przekracza 50 milionów euro (prewencyjna kontrola koncentracji).

### 3.3. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji

Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - w interesie publicznym, przedsiębiorców oraz klientów - reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej, w szczególności produkcji przemysłowej i rolnej, budownictwie, handlu i usługach.

Zgodnie z postanowieniami tej ustawy **czynem nieuczciwej konkurencji** jest takie działanie, które jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Czyny nieuczciwej konkurencji określa się również mianem deliktów nieuczciwej konkurencji. Ustawa wprowadza zatem ogólną klauzulę, na mocy której można uznać jakiś czyn za sprzeczny z zasadami uczciwej konkurencji. Można uznać np., że jeśli przepis prawa nakłada na przedsiębiorcę obowiązek określonego działania, a przedsiębiorca takiego obowiązku nie realizuje, to - jeśli takie działanie nawet zagraża interesom klientów tego (lub innych) przedsiębiorcy - takie działanie może być uznane za czyn nieuczciwej konkurencji. Dla uznania danego **działania lub zaniechania** za czyn nieuczciwej konkurencji muszą być spełnione łącznie następujące przesłanki:

- bezprawność (sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami),
- zagrożenie lub naruszenie interesu innego przedsiębiorcy lub klienta,
- związek z działalnością gospodarczą.

Sąd Najwyższy uznał<sup>9</sup> np., że „obejście ustawowego zakazu reklamy określonych towarów przez ukrycie jej pod formą reklamy dozwolonej jest sprzeczne z dobrymi obyczajami w rozumieniu art. 16 ust. 1 pkt. 1 i art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”. Uznał jednak również<sup>10</sup>, że „użycie cudzego znaku towarowego w celu reklamowym i informacyjnym jest dozwolone, jeżeli nie prowadzi do mylącego wrażenia o istnieniu gospodarczych powiązań pomiędzy uprawnionym ze znaku a używającym go w tym celu”.

Poza generalną klauzulę, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wprowadza **przykładowy katalog** deliktów nieuczciwej konkurencji. Jednak poza tą ustawą, również w innych ustawach znajdują się przepisy uznające jakieś działanie za czyn nieuczciwej konkurencji. Przykładem może być ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną, która uznaje za czyn nieuczciwej konkurencji „przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej”.

Czynami nieuczciwej konkurencji - wedle ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - są w szczególności: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniące funkcję publiczną, a także nieuczciwa lub zakazana reklama, organizowanie systemu sprzedaży lawinowej oraz prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym.

Tak jak ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym daje do ręki konsumentów pewne mechanizmy ochrony swoich interesów, tak ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wprowadza pewne mechanizmy, którymi - **w ochronie swoich interesów na drodze cywilnoprawnej** - mogą posłużyć się przedsiębiorcy.

Przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony w wyniku niedozwolonych działań może: żądać ich zaniechania, usunięcia ich skutków, złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie, domagać się naprawienia szkody (na zasadach ogólnych, przewidzianych w Kodeksie cywilnym), domagać się wydania bezprawnie uzyskanych korzyści, domagać się zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego. W tym ostatnim przypadku można domagać się zasądzenia takiej sumy pieniężnej, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji był zawiniony.

<sup>9</sup> Wyrok Sądu Najwyższego Izba Cywilna z dnia 26 września 2002 r., sygn. III CKN 213/01.

<sup>10</sup> Wyrok Sądu Najwyższego Izba Cywilna z dnia 27 października 2004 r., sygn. III CK410/03.

Z roszczeniami przewidzianymi w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji mogą - poza przedsiębiorcami - występować również krajowe lub regionalne organizacje, których celem statutowym jest ochrona interesów przedsiębiorców.

Ustawa przewiduje również - w przypadku popełnienia określonych czynów - przepisy **karne** (np. czyn polegający na ujawnieniu innej osobie - wbrew ciążącemu obowiązkowi wobec przedsiębiorcy - lub wykorzystaniu we własnej działalności gospodarczej informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa, zagrożony jest karą pozbawienia wolności do lat 2).

### 3.4. Niektóre delikty nieuczciwej konkurencji

W katalogu ustawy wymieniono takie delikty nieuczciwej konkurencji, jak:

- wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa,
- fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług,
- wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług,
- naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa,
- nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy,
- naśladownictwo produktów,
- pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie,
- utrudnianie dostępu do rynku,
- przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną,
- nieuczciwa lub zakazana reklama,
- organizowanie systemu sprzedaży lawinowej,
- prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym.

Wśród czynów, których szczególna regulacja znalazła się w ustawie, warto w tym miejscu przypomnieć te, które związane są z wcześniej omawianą problematyką, np. w zakresie ochrony znaków towarowych, firmy lub ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa.

Zgodnie z ustawą: czynem nieuczciwej konkurencji jest takie **oznaczenie przedsiębiorstwa**, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego tożsamości, przez używanie firmy, nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego, zgodnie z prawem, do oznaczenia innego przedsiębiorstwa. Czynem nieuczciwej konkurencji jest również **opatrywanie towarów lub usług fałszywym lub oszukańczym oznaczeniem** geograficznym wskazującym bezpośrednio albo pośrednio na kraj, region lub miejscowość ich pochodzenia albo używanie takiego oznaczenia w działalności handlowej, reklamie, listach handlowych, rachunkach lub innych dokumentach. Wspomniano o tym już wcześniej, jednak warto powtórzyć, że czynem nieuczciwej konkurencji jest także **rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości** o swoim lub innym przedsiębiorcy albo przedsiębiorstwie, w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkody.

Ustawa z dnia 5 lipca 2002 r. o ochronie niektórych usług świadczonych drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym określa zasady ochrony prawnej niektórych **usług świadczonych odpłatnie drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym**, a więc działalności komercyjnej („odpłatnej”). Ustawa ta definiuje dostęp warunkowy jako „wszelkie środki oraz przedsięwzięcia techniczne, warunkujące korzystanie z usług chronionych przez indywidualnego usługobiorcę”. Ustawa definiuje również pojęcie „urządzenia niedozwolonego”, a więc „sprzętu lub oprogramowania, które zostały zaprojektowane lub przystosowane w celu umożliwienia korzystania z usług chronionych bez uprzedniego upoważnienia usługodawcy”. Te informacje są o tyle istotne, o ile - zgodnie z omawianą tu ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - czynem nieuczciwej konkurencji jest wytwarzanie, import, dystrybucja, sprzedaż, najem lub oddawanie do używania pod innym tytułem prawnym oraz posiadanie, w celach zarobkowych, urządzeń niedozwolonych, w rozumieniu przepisów o ochronie niektórych usług świadczonych drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym. Czynem nieuczciwej konkurencji jest również instalacja, serwis lub wymiana urządzeń niedozwolonych, w celach zarobkowych, oraz wykorzystywanie przekazu informacji handlowej do promocji tych urządzeń lub związanych z nimi usług.

