

1. PRAWO OCHRONY KONSUMENTÓW – powstało jako bezpośredni skutek występowania w procesie wykonywania działalności gospodarczej niekorzystnych zjawisk prowadzących do swoistej degradacji konsumentów w sferze ekonomicznej, prawnej, społecznej, a nawet psychicznej. Jest pokłosiem uznania, że konsument jest słabszym podmiotem obrotu gospodarczego, w przeciwieństwie do przedsiębiorcy, który jest profesjonalistą. Za największe przyczyny osłabionej pozycji konsumenta na rynku, w doktrynie przyjmuje się: masowość obrotu, koncentrację i monopolizację gospodarki.

Art. 76 Konstytucji RP

Władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa.

Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dn. 21 kwietnia 2004 r. sygn.. akt K 33/03

*„Ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny **działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu** - także na rynku detalicznym, **swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji**. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom "rynkowo-kompensatoryjnym", które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. Europejska koncepcja ochrony konsumenta opiera się na zwiększeniu wiedzy i zakresu dostępnych informacji, a przez to na umożliwieniu rzeczywiście wolnego i swobodnego własnego działania przy dokonywaniu wyborów konsumpcyjnych. Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu **strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej. Zasada ta, którą nazwać można "ochroną przez informację"** pozwala na uniknięcie zarzutu, iż protekcyjnistyczny charakter mają inne (władcze) środki ochrony konsumenta, wprowadzane w poszczególnych krajach. Pozwala to również uniknąć zarzutu stosowania przez państwo chroniące konsumenta "środków równoważnych", zakazanych przez art. 28 Traktatu, o czym już wyżej była mowa. Podkreślić należy też, że **nowoczesna ochrona konsumenta, realizowana w warunkach europejskiego wspólnego rynku zakłada powinność dostarczenia konsumentowi wymaganego poziomu informacji, co oznacza, że konsument nie musi się o niezbędną informację w szczególny sposób ubiegać, bowiem winna być mu ona udostępniona**”.*

2. KONSUMENT

Art. 22¹ KC

Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Art. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej upnpr)

Ilekróć w ustawie mowa o:

8) przeciętnym konsumentem – rozumie się przez to konsumenta, 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

UWAGA 1 stycznia 2021 r. weszły w życie przepisy, zgodnie z którymi regulacje prawne dotyczące konsumentów, odnoszące się przede wszystkim do prawa odstąpienia od umowy, niedozwolonych postanowień umownych czy rękojmi za wady, stosuje się do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla niej charakteru zawodowego, wynikającego przede wszystkim z przedmiotu wykonywanej działalności gospodarczej.

Przedmiotem ochrony konsumentów w sferze prawa jest **interes konsumentów**, rozumiany jako określona relacja między możliwością zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych jednostki a oceną tych możliwości od strony indywidualnych korzyści, jakie przynoszą one konkretnemu konsumentowi. Interesy konsumentów chronione są w sposób pośredni, nieoparty na przyznaniu konsumentom określonych praw podmiotowych wobec przedsiębiorców, lecz na publicznoprawnym ukształtowaniu obowiązków przedsiębiorców w sferze organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej.

3. ORGANY WŁAŚCIWE W SPRAWACH OCHRONY KONSUMENTÓW

- **PREZES UOKiK** (więcej w materiałach o prawie konkurencji)
- **INSPEKCJA HANDLOWA** – wyspecjalizowany organ kontroli, powołany m.in. do ochrony interesów i praw konsumentów. Działalnością Inspekcji Handlowej kieruje Prezes UOKiK. Swoje zadania Inspekcja realizuje za pomocą kompetencji kontrolnych legalności i rzetelności przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w zakresie produkcji, usług i handlu, kontrolę wyrobów wprowadzonych do obrotu w zakresie zgodności z wymogami określonymi prawnie, w tym w zakresie bezpieczeństwa produktów;
- **RZECZNIK FINANSOWY** – centralny organ administracji rządowej, powoływany przez Prezesa Rady Ministrów. Kadencja Rzecznika trwa 4 lata. Do zadań Rzecznika należy podejmowanie działań w zakresie ochrony klientów podmiotów rynku finansowego, których interesy reprezentuje, a w szczególności rozpatrywanie wniosków w indywidualnych sprawach, wniesionych na skutek nieuwzględnienia roszczeń klienta przez podmiot rynku finansowego w trybie rozpatrywania reklamacji; rozpatrywanie wniosków dotyczących niewykonania czynności wynikających z reklamacji rozpatrzonej zgodnie z wolą klienta w terminie określonym przez prawo; opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących organizacji i funkcjonowania podmiotów rynku finansowego; występowanie do właściwych organów z wnioskami o podjęcie inicjatywy ustawodawczej albo wydanie lub zmianę innych aktów prawnych w sprawach dotyczących organizacji i funkcjonowania rynku finansowego;
- **RZECZNIK PRAW PACJENTA** – rzecznik jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony praw pacjentów, powoływany i nadzorowany przez Prezesa

Rady Ministrów. Do zakresu działania Rzecznika należy m.in. prowadzenie postępowań w sprawach praktyk naruszających zbiorowe prawa pacjentów; opracowywanie i przedkładanie Radzie Ministrów projektów aktów prawnych dotyczących ochrony praw pacjenta; występowanie do właściwych organów z wnioskami o podjęcie inicjatywy ustawodawczej bądź o wydanie lub zmianę aktów prawnych w zakresie ochrony praw pacjenta;

- **POWIATOWY/MIEJSKI RZECZNIK KONSUMENTÓW** – organ powiatowy (miejski) wykonujący zadania w zakresie ochrony konsumentów w **sprawach indywidualnych**. Działalność rzecznika konsumentów, reguluje Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Do kompetencji rzecznika konsumentów należy m.in. 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, występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów, współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami UOKiK, Inspekcją Handlową oraz organizacjami konsumenckimi.

4. PRAKTYKI NARUSZAJĄCE ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW – rozumiemy przez to (art. 24 ust. 2 uokik) godzące w interesy konsumentów, sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności:

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

UWAGA nie jest do katalog zamknięty – Prezes UOKiK może uznać, że dane działanie bądź zaniechanie przedsiębiorcy, niemieszczące się w ramach katalogu uwzględnionego w ustawie, jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Praktyka jednak wskazuje, że te uwzględnione w ustawie są tymi, które przedsiębiorcy stosują najczęściej.

Art. 24 uokik

1. Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Zbiorowy interes konsumentów – zbiorowy interes konsumentów przewidziany w ustawie wskazuje, że nie chodzi o sprawy indywidualne, co więcej, zbiorowy interes nie jest równoznaczny z sumą indywidualnych interesów konsumentów. A zatem będzie chodziło o bardziej holistyczne podejście do problemu naruszeń interesów konsumenckich, również przez pryzmat przepisów o ochronie konkurencji. Ocena, czy przedsiębiorca narusza zbiorowe interesy konsumentów należy do Prezesa UOKiK, który czuwa nad przestrzeganiem prawa ochrony konsumentów i posiada uprawnienia w zakresie kontroli postępowania przedsiębiorców. Ponieważ brak jest definicji legalnej zbiorowego interesu konsumentów, doprecyzowania tego pojęcia należy poszukiwać w dorobku orzecznictwa polskich sądów >>> **Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 kwietnia 2008 r. sygn. akt III SK 27/07** – chodzi o takie zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Oznacza to, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, przy czym potencjalnie adresatem takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy. Tym samym do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest konieczne, aby działanie przedsiębiorcy zostało skierowane

nie do konkretnego adresata, lecz do pewnego nieoznaczonego kręgu podmiotów; dopiero takie działanie jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów i zagrażać – przynajmniej potencjalnie – każdemu innemu konsumentowi.

Przykład 1 – wprowadzenie niekorzystnego postanowienia regulaminu usług np. operatora telefonii komórkowej, nawet jeśli faktycznie pokrzywdzona tym zapisem jest tylko pewna część konsumentów

– **V praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów**

Przykład 2 – nieuwzględnienie przez przedsiębiorcę reklamacji złożonej przez konsumenta Jana Kowalskiego – **X nie jest to naruszenie zbiorowych interesów konsumentów**

Art. 24 uokik

3. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Decyzje Prezesa UOKiK dot. naruszenia zbiorowych interesów konsumentów – zgodnie z uokik Prezes wydaje decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu. W decyzji tej Prezes UOKiK 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 treści i w formie określonej w decyzji. Przy czym środki te powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.

5. NARUSZENIE OBOWIĄZKU UDZIELENIA KONSUMENTOWM RZETELNEJ INFORMACJI – jedna z praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Dzieje się tak dlatego, że nierzetelne poinformowanie konsumentów prowadzić może do podjęcia decyzji o zawarciu transakcji z przedsiębiorcom pozostając w błędzie albo nie będąc świadomym warunków zawieranych transakcji. W przypadku tego naruszenia możemy wyodrębnić dwa warianty:

- **działanie przedsiębiorcy** – polegać może na tym, że przedsiębiorca celowo wprowadza w błąd konsumenta, podając informacje o ofercie, które są niezgodne z rzeczywistością i dopiero po zawarciu umowy okazuje się, że konsument otrzymał świadczenie inne lub na innych warunkach, niż był przekonany, że otrzyma;
- **zaniechanie przedsiębiorcy** – polega na tym, że przedsiębiorca przemilcza informacje dotyczące transakcji, istotne z punktu widzenia jej zawarcia.

6. NIEUCZCIWE PRAKTYKI RYNKOWE I CZYNY NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI

- **NIEUCZCIWA PRAKTYKA RYNKOWA** jest stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów każda praktyka sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształcająca lub mogąca zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą. Przykłady:
 - **Wprowadzanie konsumentów w błąd** – 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,

której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności: 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.

- **Praktyka agresywna** – rozumiana jako niedopuszczalny nacisk, który w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu.
- **CZYNY NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI** – co do zasady czyny nieuczciwej konkurencji dotyczą zachowań przedsiębiorców względem siebie, jednak z mocy prawa zakazane jest stosowanie czynów nieuczciwej konkurencji, których charakter jest taki, że mogą mieć wpływ na sytuację konsumentów. Do takich czynów należą np. naśladowanie gotowego produktu, polegające na tym, że za pomocą technicznych środków reprodukcji jest kopiowana zewnętrzna postać produktu, co może wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości producenta lub produktu; reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka.

7. KLAUZULE ABUZYWNE – czyli niedozwolone postanowienia umowne, stosowane przez przedsiębiorców we wzorcach umów i regulaminów przy transakcjach zawieranych z konsumentem. Przepisy dotyczące niedozwolonych postanowień umownych zostały wprowadzone do polskiego ustawodawstwa w celu ochrony słabszych uczestników rynku (konsumentów) przed jednostronnymi działaniami przedsiębiorców. Regulacje prawne w tym zakresie mają zastosowanie do każdego przedsiębiorcy, który wchodzi w relacje umowne z konsumentami. Stwierdzenie, że dany przedsiębiorca stosuje klauzule abuzywne, możliwe jest tylko wtedy, gdy przedsiębiorca ten stosuje **tzw. wzorce umowne**, czyli ustandaryzowane umowy, których treść nie podlega indywidualnym negocjacjom (konsument nie ma wpływu na treść takiego wzorca, jest on odgórnie narzucany przez przedsiębiorcę, a konsument albo się na niego godzi, albo nie nabędzie produktu/usługi). Nie oznacza to jednak, że waloru wzorca umownego pozbawiona będzie umowa standardowa, której jedno lub kilka postanowień w indywidualnych przypadkach poddano negocjacjom.

Art. 385¹ KC

*§ 1. Postanowienia umowy zawieranej z konsumentem niezgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy (**niedozwolone postanowienia umowne**). Nie dotyczy to postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny.*

*§ 2. Jeżeli postanowienie umowy zgodnie z § 1 nie wiąże konsumenta, **strony są związane umową w pozostałym zakresie**.*

*§ 3. Niezgodnione indywidualnie są te postanowienia umowy, **na których treść konsument nie miał rzeczywistego wpływu**. W szczególności odnosi się to do **postanowień umowy przejętych z wzorca umowy zaproponowanego konsumentowi przez kontrahenta**.*

Otwarty katalog klauzul abuzywnych zawiera art. 385³ KC, jest to tzw. szara lista.

Art. 385³ KC

W razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w szczególności:

- 1) wyłączają lub ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za szkody na osobie;*
- 2) wyłączają lub istotnie ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania;*
- 3) wyłączają lub istotnie ograniczają potrącenie wierzytelności konsumenta z wierzytelnością drugiej strony;*
- 4) przewidują postanowienia, z którymi konsument nie miał możliwości zapoznać się przed zawarciem umowy;*
- 5) zezwalają kontrahentowi konsumenta na przeniesienie praw i przekazanie obowiązków wynikających z umowy bez zgody konsumenta;*
- 6) uzależniają zawarcie umowy od przyrzeczenia przez konsumenta zawierania w przyszłości dalszych umów podobnego rodzaju;*
- 7) uzależniają zawarcie, treść lub wykonanie umowy od zawarcia innej umowy, nie mającej bezpośredniego związku z umową zawierającą oceniane postanowienie;*
- 8) uzależniają spełnienie świadczenia od okoliczności zależnych tylko od woli kontrahenta konsumenta;*
- 9) przyznają kontrahentowi konsumenta uprawnienia do dokonywania wiążącej interpretacji umowy;*
- 10) uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie;*
- 11) przyznają tylko kontrahentowi konsumenta uprawnienie do stwierdzania zgodności świadczenia z umową;*
- 12) wyłączają obowiązek zwrotu konsumentowi uiszczonej zapłaty za świadczenie nie spełnione w całości lub części, jeżeli konsument zrezygnuje z zawarcia umowy lub jej wykonania;*
- 13) przewidują utratę prawa żądania zwrotu świadczenia konsumenta spełnionego wcześniej niż świadczenie kontrahenta, gdy strony wypowiedzą, rozwiążą lub odstępują od umowy;*
- 14) pozbawiają wyłącznie konsumenta uprawnienia do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia;*
- 15) zastrzegają dla kontrahenta konsumenta uprawnienie wypowiedzenia umowy zawartej na czas nieoznaczony, bez wskazania ważnych przyczyn i stosownego terminu wypowiedzenia;*
- 16) nakładają wyłącznie na konsumenta obowiązek zapłaty ustalonej sumy na wypadek rezygnacji z zawarcia lub wykonania umowy;*
- 17) nakładają na konsumenta, który nie wykonał zobowiązania lub odstąpił od umowy, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanej kary umownej lub odstępnego;*
- 18) stanowią, że umowa zawarta na czas oznaczony ulega przedłużeniu, o ile konsument, dla którego zastrzeżono rażąco krótki termin, nie złoży przeciwnego oświadczenia;*
- 19) przewidują wyłącznie dla kontrahenta konsumenta jednostronne uprawnienie do zmiany, bez ważnych przyczyn, istotnych cech świadczenia;*
- 20) przewidują uprawnienie kontrahenta konsumenta do określenia lub podwyższenia ceny lub wynagrodzenia po zawarciu umowy bez przyznania konsumentowi prawa odstąpienia od umowy;*
- 21) 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;

22) przewidują obowiązek wykonania zobowiązania przez konsumenta mimo niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez jego kontrahenta;

23) 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.

- Oprócz katalogu zawartego w KC również inne klauzule są uznane za abuzywne, co więcej, ilekroć przedsiębiorca wprowadzi do wzorca umownego klauzulę, która naruszałaby przepisy prawa konsumenckiego, konsument może przed sądem dochodzić uznania takiego zapisu za niedozwolony;
- Prezes UOKiK prowadzi Rejestr Klauzul Niedozwolonych, dostępny w wersji online, który zawiera pełny katalog postanowień umownych, które zostały już uznane za klauzulę abuzywną, a które poszerzają katalog zawarty w KC;