

**PRAWA KONSUMENTÓW** » Wchodzi w życie ustawa o nieuczciwych praktykach rynkowych

# Od jutra klient lepiej chroniony

**Konsumenci otrzymali dodatkowo oręż w walce z nieuczciwymi firmami. W sporach sądowych to one będą musiały udowodnić, że nie zawinity**

**MARCIN MUSIAŁ**  
Dziennik Finansowy

Czarną listę 31 zakazanych działań przedsiębiorców wobec konsumentów zawiera wchodząca jutro w życie ustawa o nieuczciwych praktykach rynkowych. Wśród nich jest osiem tzw. praktyk agresywnych.

– Ustawa nazywa po imieniu praktyki, z którymi spotykają się konsumenci. Co jest najbardziej istotne, uwalnia konsumenta z obowiązku udowodnienia np., że został wprowadzony w błąd. To przedsiębiorca będzie musiał przekonać sąd, że produkt przez niego sprzedawany ma wszystkie właściwości, które zostały przedstawione w reklamie –

tłumaczyła podczas wczorajszej konferencji Izabela Szewczyk z departamentu polityki konsumenckiej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Dotychczas dochodzenie swoich praw przez konsumentów było znacznie utrudnione. Jeżeli w reklamie środka odchudzającego firma stwierdzi, że produkt pozwala schudnąć w trzy dni, to w przypadku ewentualnej sprawy w sądzie to ona będzie musiała udowodnić, że tak jest. Podobnie będzie z powoływaniem się firm na badania i rekomendacje przeróżnych instytucji. Konsument, który będzie chciał dochodzić swoich praw przed sądem, zostanie zwolniony z poszukiwania tych instytucji i zlecenia im badań za własne pieniądze.

Zdaniem UOKiK nie ma groźby, że sądy zostaną zalane pozwami. Samo istnienie ustawy i groźba odpowiedzialności uczuli przedsiębiorców, by nie nadużywali prawa. Już dziś niektórzy z nich zmienili swoje praktyki reklamowe.

Według dr Agaty Gąsiorowskiej z Politechniki Wrocławskiej konsumenci wpadają w sprzedażowe pułapki zastawione przez firmy

zwłaszcza przed świętami Bożego Narodzenia. – Dobry nastrój i presja czasu powodują, że w takim okresie możliwości intelektualne konsumentów podczas zakupów są bliskie zera. Nikt nie zachowuje się rozsądnie – uważa dr Gąsiorowska.

Tymczasem aby uznać, że reklama jest niezgodna z ustawą, musi ona wprowadzać w błąd tzw. przeciętnego konsumenta. – To osoba „dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna”. Taką sa-

mą definicją posługuje się Europejski Trybunał Sprawiedliwości. Zgodnie z nią modelowy konsument jest osobą podejmującą racjonalne decyzje, będącą świadomym uczestnikiem obrotu gospodarczego. Taki wzorzec przeciętnego konsumenta od kilku lat konsekwentnie przyjmowany jest w orzecznictwie polskich sądów – wyjaśnia Michał Strzelecki, ekspert z departamentu spraw korporacyjnych Kancelarii Grynhoff Woźny Maliński.

## Przepisy nie zastąpią rozsądku



**MAREK NIECHCIAŁ**  
prezes Urzędu  
Ochrony  
Konkurencji i  
Konsumentów

Ustawa o nieuczciwych praktykach rynkowych jest legislacyjnym prezentem dla tych konsumentów, którzy jeszcze nie zdążyli zrobić zakupów świątecznych. Łatwiej będą mogli dochodzić swoich praw np. w przypadku reklamy wprowadzającej w błąd. Z blisko 300 postępowań prowadzonych co roku przez urząd ok. 30 dotyczy właśnie takiej reklamy. Nie oznacza to jednak, że konsumenci mogą czuć się zwolnieni z zachowania zdrowego rozsądku. Ustawa wprowadza bowiem definicję przeciętnego konsumenta, zgodnie z którą jest on dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Powinien wiedzieć, że po wypiciu napoju energetycznego nie wyrosną mu skrzydła, mimo że z reklamy wynika, iż tak powinno się stać.