



SEJM  
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ  
IV kadencja

Prezes Rady Ministrów  
RM 10-56, 59, 51, 53, 58, 50, 54-02

Druk nr 375  
Warszawa, 10 kwietnia 2002 r.

Pan  
Marek Borowski  
Marszałek Sejmu  
Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku.

Na podstawie art. 118 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. przedstawiam Sejmowi Rzeczypospolitej Polskiej projekty ustaw stanowiące realizację Strategii Gospodarczej Rządu SLD-UP-PSL "Przedsiębiorczość-Rozwój-Praca":

- 1) o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
- 2) o zmianie ustawy - Kodeks celny,
- 3) o ochronie przed przywozem na polski obszar celny towarów subsydiowanych,
- 4) o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi,
- 5) o zmianie ustawy - Prawo działalności gospodarczej i ustawy o funkcjach konsulów Rzeczypospolitej Polskiej,
- 6) o zmianie ustawy - Prawo własności przemysłowej,
- 7) o zmianie ustawy o ułatwieniu zatrudnienia absolwentom szkół.

Projekty ustaw wymienione w pkt 1-5 dotyczą pakietu "Przede wszystkim przedsiębiorczość".

W załączeniu przedstawiam także opinie dotyczące zgodności proponowanych regulacji z prawem Unii Europejskiej.

Ponadto uprzejmie informuję, że do prezentowania stanowisk Rządu w tych sprawach w toku prac parlamentarnych zostali upoważnieni:

- 1) Prezes Rady Ministrów - w odniesieniu do projektu wymienionego w pkt 1,
- 2) Minister Finansów - w odniesieniu do projektu wymienionego w pkt 2,
- 3) Minister Gospodarki - w odniesieniu do projektów wymienionych w pkt 3-6,
- 4) Minister Pracy i Polityki Społecznej - w odniesieniu do projektu wymienionego w pkt 7.

Z wyrazami szacunku

(-) Leszek Miller

U S T A W A

z dnia

o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

Art. 1.

W ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. Nr 47, poz. 211, z 1996 r. Nr 106, poz. 496, z 1997 r. Nr 88, poz. 554, z 1998 r. Nr 106, poz. 668 oraz z 2000 r. Nr 29, poz. 356 i Nr 93, poz. 1027) wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w art. 3 w ust. 2 na końcu zdania dodaje się wyrazy „oraz organizowanie systemu sprzedaży lawinowej.”;
- 2) w art. 11:
  - a) ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Czynem nieuczciwej konkurencji jest przekazanie, ujawnienie lub wykorzystanie cudzych informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa albo ich nabycie od osoby nieuprawnionej, jeżeli zagraża lub narusza interes przedsiębiorcy.”;
  - b) ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się nie ujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą - co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.”;
- 3) art. 15 otrzymuje brzmienie:

„Art. 15. 1. Czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez:

- 1) sprzedaż towarów lub usług poniżej kosztów ich wytworzenia lub świadczenia albo ich odprzedaż poniżej kosztów zakupu w celu eliminacji innych przedsiębiorców,
  - 2) nakłanianie osób trzecich do odmowy sprzedaży innym przedsiębiorcom albo niedokonywania zakupu towarów lub usług od innych przedsiębiorców,
  - 3) rzeczowo nieuzasadnione, zróżnicowane traktowanie niektórych klientów.
2. Czynem nieuczciwej konkurencji jest także utrudnianie małych przedsiębiorcom dostępu do rynku przez sprzedaż towarów lub usług w obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 400 m<sup>2</sup> po cenie nie uwzględniającej marży handlowej, z zastrzeżeniem ust. 3.
3. Nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji sprzedaż, o której mowa w ust. 2, jeżeli jest dokonywana w ramach:
- 1) wyprzedaży posezonnej, dokonywanej dwa razy w roku na koniec sezonu letniego i zimowego, trwającej każdorazowo nie dłużej niż miesiąc,
  - 2) wyprzedaży ze względu na upływający termin przydatności towarów do spożycia lub upływającą datę minimalnej trwałości,
  - 3) likwidacji obiektu handlowego, o ile sprzedaż taka trwa nie dłużej niż 3 miesiące od dnia podania do publicznej wiadomości informacji o likwidacji tego obiektu, a w przypadku likwidacji wszystkich obiektów handlowych przedsiębiorcy w związku z zaprzestaniem przez niego działalności handlowej - nie dłużej niż rok.”;
- 4) po art. 17 dodaje się art. 17a, 17b i 17c w brzmieniu:
- „Art. 17a. 1. Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie sprzedaży premiowanej jest sprzedaż konsumentom towarów lub usług połączona z

przyznaniem wszystkim albo niektórym nabywcom towaru lub usługi nieodpłatnej premii, w postaci towarów lub usług odmiennych od stanowiących przedmiot sprzedaży, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji sprzedaż, o której mowa w ust. 1, jeżeli premię stanowią towary lub usługi o niewielkiej wartości, nie przekraczającej ceny jednostkowej towaru lub usługi objętych sprzedażą premiowaną, bądź próbki towarów.

- Art. 17b.
1. Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie loterii promocyjnych jest formułowanie ofert w sposób stwarzający konsumentowi - niezależnie od wyniku losowania czy wiedzy konsumenta - nadzieję albo pewność wygranej, jeżeli konsument złoży zamówienie na towar lub usługę objętą promocją, albo zapłaci oferentowi z góry jakąkolwiek kwotę.
  2. Czynem, o którym mowa w ust. 1, jest w szczególności formułowanie ofert w dokumencie wystawionym imiennie na konsumenta, mającym cechy pisma o charakterze oficjalnym.

- Art. 17c.
- Czynem nieuczciwej konkurencji jest organizowanie systemu sprzedaży lawinowej, polegającego na proponowaniu nabywania towarów lub usług, przez składanie nabywcom tych towarów lub usług obietnicy uzyskania szczególnych korzyści wówczas, gdy nakłonią inne osoby do dokonania takich samych transakcji, które to osoby uzyskałyby identyczne korzyści wskutek nakłonienia kolejnych osób do udziału w tym systemie.”;

5) art. 19 otrzymuje brzmienie:

- „Art. 19.
1. Z roszczeniami wymienionymi w art. 18 ust. 1 pkt 1-3 i 6 może wystąpić:

- 1) krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów przedsiębiorców,
  - 2) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji zagraża lub narusza interesy konsumentów,
  - 3) krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, a także powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji zagraża lub narusza interesy konsumentów.
2. Przepis ust. 1 nie ma zastosowania do czynów nieuczciwej konkurencji określonych w art. 5-7, 11, 14 i 15a, a w przypadku organizacji i rzecznika, o których mowa w ust. 1 pkt 3, także do czynów określonych w art. 12.”;
- 6) w art. 21 ust. 2 otrzymuje brzmienie:
- „2. W ramach zarządzenia tymczasowego sąd może ustanowić zakaz zbywania, zbywania po określonej cenie lub innego wprowadzania do obrotu określonych towarów, jak również zakaz prowadzenia reklamy określonej treści.”;
- 7) art. 25 otrzymuje brzmienie:
- „Art. 25. 1. Kto, oznaczając lub wbrew obowiązkowi nie oznaczając towarów albo usług, wprowadza klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów lub usług albo nie informuje o ryzyku, jakie wiąże się z korzystaniem z nich i naraża w ten sposób klientów na szkodę, podlega karze aresztu albo grzywny.
2. Tej samej karze podlega, kto dopuszcza się czynu nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, sprzedaży premiowanej lub loterii promocyjnej.”;

8) po art. 26 dodaje się art. 26a w brzmieniu:

„Art. 26a. Kto organizuje lub kieruje systemem sprzedaży lawinowej, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8.”.

Art. 2.

Ustawa wchodzi w życie po upływie 3 miesięcy od dnia ogłoszenia.

## UZASADNIENIE

### 1. Cel wprowadzenia ustawy.

Projekt nowelizacji ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (u.z.n.k.) został opracowany w związku z ustaleniami dwóch dokumentów rządowych, przyjętych przez Radę Ministrów w 2000 r., mianowicie:

- „Polityką konsumencką Rządu RP na lata 2000-2001”,
- „Programem rozwoju handlu wewnętrznego do 2003 roku”.

Ponadto, projekt uwzględnia potrzeby zmian ww. prawa, wynikające z praktycznej jego realizacji w okresie ostatnich kilku lat oraz z zaleceń prawodawstwa Unii Europejskiej.

### I. Pierwsza grupa przepisów, proponowanych w projekcie, to przepisy definiujące nowe czyny nieuczciwej konkurencji. Są to następujące stany faktyczne.

Ochrona informacji nieujawnionej według Porozumienia TRIPS.

Konsekwencją przystąpienia Polski do Porozumienia ustanawiającego Światową Organizację Handlu jest konieczność respektowania postanowień zawartych w Załączniku 1C do tego Porozumienia pt. „Porozumienie w sprawie handlowych aspektów praw własności intelektualnej”, tj. w tzw. TRIPS-ie (Dz.U. z 1996 r. Nr 32, poz. 143). W tym akcie prawnym zostały wyznaczone wspólne standardy ochrony regulowanych w nim praw. W ten sposób na państwa członkowskie został nałożony obowiązek respektowania jednolitych zasad ochrony w zakresie własności intelektualnej, przynajmniej w odniesieniu do problematyki wyraźnie opisanej w TRIPS-ie.

Z uwagi na treść art. 39 zd. 1 Porozumienia najwłaściwszym miejscem wprowadzenia do polskiego systemu prawnego regulacji dotyczącej ochrony informacji niejawniej wydaje się być ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.



Przepis art. 39 zd. 1 Porozumienia przewiduje, że „dla zapewnienia skutecznej ochrony przed nieuczciwą konkurencją, jak postanowiono w art. 10 bis Konwencji paryskiej (1967), Członkowie będą chronić informację nieujawnioną zgodnie z ust. 2, a także dane przedstawione rządowi lub agencjom rządowym zgodnie z ust. 3”, „Osoby fizyczne i prawne będą miały możliwość zapobiegania temu, aby informacje pozostające w sposób zgodny z prawem pod ich kontrolą nie zostały ujawnione, nabyte lub użyte bez ich zgody przez innych, w sposób sprzeczny z uczciwymi praktykami handlowymi, tak długo, jak takie informacje:

- są poufne w tym sensie, że jako całość lub w szczególnym zastawie i zespole ich elementów nie są ogólnie znane lub łatwo dostępne dla osób z kręgów, które normalnie zajmują się tym rodzajem informacji;
- mają wartość handlową dlatego, że są poufne; i
- poddane zostały przez osobę, pod której legalną kontrolą informacje te pozostają rozsądnym, w danych okolicznościach, działaniom dla utrzymania ich poufności” (ust. 2).

Dla recypowania postanowień TRIPS-u, można przyjąć regulację zawartą w art. 39 Porozumienia do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, dokonując tylko niewielkiego retuszu terminologicznego obecnego art. 11 u.z.n.k. Rozwiązanie takie proponuje się w art. 1 pkt 2 projektu ustawy. W przepisach tych rozszerzono zakres ochrony interesów przedsiębiorcy, związanych z jego działalnością zawodową. Mianowicie, ochroną tą objęto wszelkie informacje, mające dla przedsiębiorcy wartość gospodarczą, które przedsiębiorca uznał za poufne i zastosował wobec nich odpowiednie środki w celu utrzymania tych informacji w tajemnicy. Ponadto, w miejsce określenia „wartość handlowa” wprowadzono do u.z.n.k. określenie „wartość gospodarcza”, co pozwala na uniknięcie problemów interpretacyjnych związanych ze znaczeniem w języku polskim słów „handel” oraz „gospodarka”.

Eliminacja sprzedaży po cenie rażąco niskiej

W części VI pkt 1.8 „Programu rozwoju handlu wewnętrznego do 2003 roku” ustalono wprowadzenie przepisu uznającego za niezgodną z uczciwą konkurencją sprzedaż towarów po cenie rażąco niskiej w celu wyeliminowania zjawiska sprzedaży w handlu towarów po cenie, po której zostały zakupione od producenta.

Odpowiednie postanowienia w tym zakresie zawiera art. 1 pkt 3 projektu ustawy. Wprowadza on do u.z.n.k. nowy przepis w postaci art. 15 ust. 2. W ust. 2 tego artykułu przyjęto, że zakazany deliktem nieuczciwej konkurencji jest sytuacja, w której wielkie sieci handlowe, wykorzystując dysproporcje potencjału ekonomicznego poszczególnych uczestników rynku, prowadzą agresywną politykę cenową, polegającą na sprzedaży towarów bez marży handlowej. Projektowane zmiany mają tu na celu wyrównywanie szans wszystkich przedsiębiorców na rynku, jak również bardziej precyzyjne skatalogowanie niepożądanych zachowań w zakresie stosowania rażąco niskich cen, oraz ustalenie skutecznego trybu przeciwdziałania tego rodzaju zachowaniom. Powinno to zapewnić skuteczniejszą ochronę przed nieuczciwą konkurencją małym przedsiębiorstwom spotykającym się na rynku z konkurencją, której nie są w stanie sprostać.

W art. 15 ust. 3 u.z.n.k. przewidziano pewne wyłączenia od powyższego zakazu. Mają one na celu zapewnienie, aby przy wyrównywaniu szans, zakaz sprzedaży po obniżonej cenie nie zahamował pozytywnych zjawisk, które zachodzą w handlu, takich jak np. wyprzedaż posezonowa. Ponadto wyłączono tu wyprzedaże z konieczności, związane np. z likwidacją obiektu handlowego.

Konsekwencją rozwiązania przyjętego w art. 15 ust. 2 u.z.n.k. jest nowe brzmienie art. 21 ust. 2 u.z.n.k., nadane temu przepisowi w art. 1 pkt 6 projektu. W celu zapewnienia szybszego, a tym samym bardziej skutecznego przeciwdziałania praktyce sprzedaży towarów bez marży, proponuje się rozszerzenie art. 21 ust. 2 u.z.n.k. o regulację pozwalającą sądowi na ustanowienie zarządzeniem tymczasowym zakazu zbywania towarów po określonej cenie.

#### Sprzedaż premiowana

Na rynku krajowym coraz szerzej występuje zjawisko sprzedaży premiowanej nieodpłatnymi nagrodami w postaci towarów lub usług. Nagrody z reguły nie mają związku funkcjonalnego ze sprzedawaną rzeczą. Są natomiast bardzo atrakcyjne dla konsumentów ze względu na swoją wartość (np. wycieczka zagraniczna jako premia za kupno określonej ilości towarów). Tego typu premie stosują wielkie sieci handlowe lub silni ekonomicznie producenci, co ułatwia im zbyt. Małych i średnich przedsiębiorstw z reguły nie stać na fundowanie konsumentom wartościowych premii, wskutek czego pozycja rynkowa takich przedsiębiorstw ulega pogorszeniu.

W celu przeciwdziałania ww. dysproporcjom ekonomicznym, zakłócającym konkurencyjność na wolnym rynku, oraz wyrównania szans przedsiębiorców, proponuje się w u.z.n.k. dodanie nowego art. 17a, zakazującego stosowania niektórych form nagród (znacznej wartości, odmiennych od przedmiotu sprzedaży). Zmianę tę wprowadza art. 1 pkt 4 projektu.

Należy nadmienić, że podobne rozwiązanie zawiera francuski Kodeks konsumpcji w art. L. 121-35.

#### Loterie promocyjne

Od kilku lat mamy do czynienia z nadużyciami marketingowymi w zakresie loterii promocyjnych. Pewna grupa przedsiębiorców, prowadzących taką działalność, formułuje swoje oferty w sposób oszukańczy, mający konsumentów gwarancją pewnej wygranej dużych sum, jeżeli konsumenci zakupią określone towary lub wpłacą określoną kwotę pieniędzy. W ww. praktykach marketingowych często są wykorzystywane elementy psychologiczne (zwroty osobiste, imienne) w celu zwiększenia oddziaływania na emocje konsumenta i osiągnięcie zamierzonego efektu. Zjawisko to dotyczy setek tysięcy potencjalnych klientów. Z doświadczeń Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wynika, że bardzo duża grupa konsumentów jest podatna na takie oferty, wierzy w zapewnienia o wygranej i dokonuje niekorzystnych rozporządzeń swoim mieniem. W tej sytuacji jest uzasadnione zakazanie powyższych praktyk marketingowych w zakresie loterii promocyjnych. Propozycje stosownej regulacji zawiera art. 17b u.z.n.k., sformułowany w art. 1 pkt 4 projektu. Przepis ten - podobnie jak art. L. 121-37 francuskiego Kodeksu konsumpcji - wyklucza imienne adresowanie ofert i nadawanie im charakteru oficjalnych zawiadomień.

#### Zakaz „sprzedaży lawinowej”

System „sprzedaży lawinowej” jest szczególną odmianą tzw. „piramid finansowych”. Obie te struktury są zakazane w krajach Unii Europejskiej. Przy czym miejsce stosownego uregulowania tej problematyki jest różne w poszczególnych krajach. Są to regulacje dotyczące gier losowych (Holandia), regulacje związane z ochroną przed nieuczciwą konkurencją (Austria, Belgia, Francja, Wielka Brytania, Niemcy).

Zjawisko sprzedaży lawinowej (piramidy) ma duży ładunek społecznego niebezpieczeństwa. Osoby stojące na szczycie stworzonej (zorganizowanej) przez siebie struktury (systemu, piramidy) osiągają w wyniku jej rozbudowy o kolejne szczeble znaczne sumy pieniędzy. Osoby na najniższych szczeblach, a zwłaszcza te które stanowią podstawę struktury (80-90% uczestników) są przegranymi i zainwestowane pieniądze tracą. Należy zwrócić przy tym uwagę, że poszkodowanymi są tu często osoby o niskim stopniu świadomości zjawisk gospodarczych i trudnej sytuacji finansowej. Osoby takie są szczególnie podatne na obietnice (wizje) łatwych, bezpiecznych i wysokich zarobków przez udział w strukturze.

Z powyższych względów uznano za niezbędne wprowadzenie również w Polsce zakazów tworzenia analogicznych struktur.

Zakaz organizowania piramid finansowych przewiduje projekt nowelizacji Kodeksu karnego, znajdujący się w fazie prac parlamentarnych.

W części 2 pkt 8 harmonogramu realizacji zadań „Polityki konsumenckiej Rządu RP na lata 2000-2001” ustalono natomiast, że w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zostanie zamieszczony przepis zabraniający stosowania systemu sprzedaży lawinowej. Dyspozycję tę wypełnia art. 1 pkt 4 projektu, w którym proponuje się zamieszczenie w u.z.n.k. dodatkowego artykułu 17c zawierającego odpowiednie postanowienia w przedmiotowym zakresie. Zakaz z art. 17c ma dotyczyć zarówno osób nie prowadzących działalności gospodarczej jak i przedsiębiorców. Jest to podyktowane okolicznością, że znane są przypadki organizowania ww. systemów pod pozorem ofert pracy, kierowanych do osób bezrobotnych. Konsekwencją zdefiniowania nowego czynu nieuczciwej konkurencji jest dopisanie go do katalogu zawartego w art. 3 ust. 2 u.z.n.k. - taką poprawkę wprowadza art. 1 pkt 1 projektu ustawy.

- II. Grupa druga, to przepisy kompetencyjno-proceduralne. Mają one na celu uściślenie zakresu przedmiotowego spraw, w których mogą wytaczać powództwo podmioty zajmujące się ochroną konsumentów, tj. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organizacje konsumenckie oraz powiatowi (miejscy) rzecznicy konsumentów. Ponadto, przepisy te wzorują się na kierunkowych zaleceniach

dyrektywy Nr 98/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 r. o wydawanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów nakazach zaprzestania szkodliwych praktyk, która ma być implementowana do polskiego prawa odrębnym projektem nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, opracowanym przez Ministerstwo Sprawiedliwości.

Przed wszystkim, w nawiązaniu do intencji dyrektywy i zgodnie z dotychczas ukształtowaną praktyką, proponuje się wyraźne sprecyzowanie, że ww. podmioty są uprawnione do wytaczania powództw w trybie przepisów u.z.n.k. wyłącznie w sprawach w których wymaga tego interes publiczny i interes konsumentów. Takie regulacje przewidują nowe przepisy pkt 2 i 3 ust. 1, wprowadzane do art. 19 u.z.n.k. przez art. 1 pkt 5 projektu ustawy.

Ponadto, w związku z zakazem sprzedaży po cenie rażąco niskiej zaproponowanym w nowym art. 15 ust. 2 u.z.n.k. (zob. art. 1 pkt 3 projektu), wprowadzono nowe brzmienie art. 21 ust. 2 u.z.n.k., uzupełniając ten przepis o możliwość ustanowienia przez sąd - w ramach zarządzenia tymczasowego - zakazu zbywania towarów po określonej cenie. Sformułowanie to zostało zawarte w art. 1 pkt 6 projektu.

- III. Ostatnia grupa przepisów - to sankcje karne, proponowane w art. 1 pkt 7 i 8 projektu ustawy. Przed wszystkim, mają one na celu penalizację nowych czynów nieuczciwej konkurencji.

Proponuje się sankcje karne za czyny nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, sprzedaży premiowanej i loterii promocyjnej. Takie rozwiązanie powinno wzmocnić lub przyczynić się do większego respektowania przez przedsiębiorców zakazów ustawowych dotyczących nieuczciwych praktyk marketingowych. Sankcje te zawiera nowy ust. 2, który dodano w art. 25 u.z.n.k. (zob. art. 1 pkt 7 projektu).

Ponadto, w inny, nowy sposób zredagowano treść art. 25 u.z.n.k. Jak dowiodła bowiem kilkuletnia praktyka, przepis ten w dotychczasowej formie nie nadawał się do zastosowania ze względu na zawarte w nim przesłanki odpowiedzialności w postaci winy umyślnej oraz wymogu wyrządzenia klientowi istotnej szkody. Na tę ułomność postanowień art. 25 u.z.n.k. wskazywała doktryna już w roku 1994 (zob. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, Urząd

Antymonopolowy, Warszawa 1994, str. 191). Potwierdził się zawarty w tym Komentarzu pogląd, że czyny opisane w hipotezie art. 25 będą wyrządzały konsumentom drobne szkody. Jednakże łączny zakres tych szkód okazał się w wymiarze społecznym dość znaczny, dotykając bardzo wielu konsumentów. W tej sytuacji, proponuje się rezygnację z nieprzydatnych przesłanek i wprowadzenie odpowiedzialności karnej także za działania z winy nieumyślnej oraz wyrządzenie konsumentom wszelkiej szkody czynami opisanymi w art. 25. Odpowiednie przepisy w tym zakresie zawiera nowy art. 25 ust. 1 u.z.n.k. (art. 1 pkt 7 projektu).

Naruszenie zakazów dotyczących sprzedaży lawinowej, sformułowanych w art. 1 pkt 4 jest sankcjonowane nowym przepisem - art. 26a u.z.n.k. - którego wprowadzenie przewiduje art. 1 pkt 8.

## 2. Konsultacje społeczne.

W trakcie przygotowywania projektu nowelizacji przeprowadzono szerokie konsultacje zarówno na szczeblu rządowym jak i pozarządowym. Prowadzono konsultacje ze środowiskiem naukowym z Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Ponadto przeprowadzono uzgodnienia międzyresortowe.

## 3. Zakres Oceny Skutków Regulacji

Ocena obejmuje minimalny zakres. Z uwagi na to, że regulacja nie pociąga kosztów nie jest konieczne przygotowywanie pogłębionej analizy.

## 4. Skutki wprowadzenia ustawy:

- Wpływ regulacji na dochody i wydatki budżetu i sektora publicznego.

Uchwalenie ustawy nie spowoduje skutków finansowych dla budżetu państwa.

- Wpływ regulacji na rynek pracy.

Wejście ustawy w życie nie spowoduje bezpośrednich skutków związanych z rynkiem pracy.

- Wpływ regulacji na konkurencyjność wewnętrzną i zewnętrzną gospodarki.

Wejście ustawy w życie przyczyni się do lepszego funkcjonowania mechanizmów rynkowych i kształtowania rzetelności w obrocie. Nowe przepisy powinny zapewnić skuteczniejszą ochronę małym i średnim przedsiębiorstwom, spotykającym się na rynku z konkurencją, której nie są w stanie sprostać. Należy również wskazać, że projektowane zmiany przepisów mają charakter prokonsumencki i uwzględniają przede wszystkim potrzebę szerszej ochrony konsumenta. Ocena skutków społeczno-gospodarczych projektu regulacji jest zatem pozytywna w obu aspektach.

- Wpływ regulacji na sytuację i rozwój regionów.

Wejście ustawy w życie nie spowoduje bezpośrednich skutków związanych z sytuacją i rozwojem regionów.

W celu umożliwienia uczestnikom obrotu gospodarczego zapoznania się z nowymi przepisami przewiduje się, że projektowana ustawa wejdzie w życie po upływie 3 miesięcy od dnia jej ogłoszenia (art. 2 projektu ustawy). Okres ten wydaje się wystarczający, bowiem rozwiązania ustawowe nie spowodują komplikacji w obrocie dla uczciwych przedsiębiorców.



SEKRETARZ  
KOMITETU INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ  
SEKRETARZ STANU  
W MINISTERSTWIE SPRAW ZAGRANICZNYCH

*Prof. dr hab. Danuta Hübner*  
Skr. Min. DH/ 918 /2002/DPE-ksz/jk

Warszawa, 8.04. 2002 r.

Pan  
Aleksander Proksa  
Sekretarz Rady Ministrów

Opinia o zgodności projektu ustawy o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, wyrażona na podstawie art. 2 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 8 sierpnia 1996 r. o Komitecie Integracji Europejskiej (Dz. U. Nr 106, poz. 494) przez Sekretarza Komitetu Integracji Europejskiej, Minister Danutę Hübner, działającą z upoważnienia Przewodniczącego Komitetu Integracji Europejskiej

W związku z przedstawionym projektem ustawy (pismo nr RM 10-56-02), pozwalam sobie wyrazić następującą opinię:

- I. W zakresie opiniowanego projektu miarodajne są następujące normy prawne prawa wspólnotowego:
- Porozumienie w Sprawie Handlowych Aspektów Praw Własności Intelektualnej (*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) w skrócie TRIPS (opublikowane w Obwieszczeniu Ministra Spraw Zagranicznych z dn. 12.02.1996 r. w sprawie publikacji załączników do Porozumienia Ustanawiającego Światowa Organizację Handlu (WTO), Dz. U. nr 32, poz. 143),
  - Traktat Ustanawiający Wspólnotę Europejską (TWE) – art. 3 c, g, t, 28,
  - Orzeczenie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (ETS) z 24 listopada w sprawach połączonych Keck (C-267/91, C-268/91),
  - Dyrektywa 98/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 roku o wydawanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów nakazach zaprzestania szkodliwych praktyk,



II. Przedłożony do zaopiniowania projekt można podzielić na 7 grup tematycznych, wyszczególnionych również w uzasadnieniu:

1. ochrona informacji nieujawnionej według porozumienia TRIPS,
2. eliminacja sprzedaży po cenie rażąco niskiej,
3. sprzedaż premiowana,
4. loterie promocyjne,
5. zakaz sprzedaży lawinowej,
6. przepisy kompetencyjno - proceduralne,
7. sankcje karne.

### III. ochrona informacji nieujawnionej według porozumienia TRIPS

Należy nadmienić że jako akt prawny o międzynarodowym zasięgu jest TRIPS porozumieniem, do którego Unia Europejska przystąpiła z dniem 1 stycznia 1995 r. Tym samym system TRIPS stał się z tą datą **obowiązującym prawem wspólnotowym**, z pierwszeństwem przed innymi aktami. Ze skutkiem tym wiąże się również i to, że państwa-członkowie WTO, przystępując do tej organizacji, zostają **związani dwiema podstawowymi konwencjami w dziedzinie własności intelektualnej**, a mianowicie Konwencją Berneńską o ochronie dzieł literackich i artystycznych, w brzmieniu ustalonym Aktem Paryskim z 1971 r. (Dz. U. z 1990 r. nr 82, poz. 474), oraz Konwencją Paryską o ochronie własności przemysłowej, w brzmieniu ustalonym tekstem sztokholmskim z 1967 r. (Dz. U. z 1975 r. nr 9 poz. 51). Należy w tym miejscu zgodzić się ze stanowiskiem doktryny polskiej, w szczególności z prof. Januszem Bartą oraz prof. Ryszardem Markiewiczem, że skutkiem przyjęcia TRIPS w sferze prawa prywatnego jest to, że Porozumienie to niejako „wchłania” i przenosi na swój grunt regulację zawartą w tych konwencjach. **Projektowany nowy art. 11 ust. 1 i 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji dotyczący ochrony informacji nieujawnionej, znajduje swój odpowiednik w art. 39 porozumienia TRIPS i jest z nim zgodny, tym samym nie narusza również prawa wspólnotowego.**

### IV. eliminacja sprzedaży po cenie rażąco niskiej

Prawo wspólnotowe nie reguluje wprost tematyki sprzedaży po cenie rażąco niskiej. Pośrednio jednak dopuszcza takie rozwiązanie przewidując, że nie narusza ono wspólnotowej swobody przepływu towarów (art. 28 TWE). W tym duchu wypowiedział się bowiem ETS w sprawie *Keck* (C-267/91, C-268/91). gdzie stwierdził, że artykuł 28 (dawniej 30) TWE nie może być w

ten sposób interpretowany, że zakazuje on wprowadzania przez państwo członkowskie generalnego zakazu „odsprzedaży ze stratą” (ang. *resale at loss*). Wyżej wymienione orzeczenie prejudycjalne ETS dotyczyło regulacji francuskiej zakazującej takiej właśnie odsprzedaży. Ustawodawca francuski przewidział jednak dalej idący skutek w postaci **zakazu odsprzedaży nawet po nieznacznie wyższej cenie niż cena wytworzenia produktu**, co również nie zostało uznane przez ETS za sprzeczne z Traktatem. **Polski projektodawca w art. 15 ust. 1 projektu wprowadzając zakaz sprzedaży i odsprzedaży towarów lub usług poniżej kosztów ich wytworzenia pozostaje zatem w zgodzie z prawem wspólnotowym.**

#### V. sprzedaż premiowana, loterie promocyjne, zakaz sprzedaży lawinowej

Nie są zakazane prawem wspólnotowym. W wielu Państwach Członkowskich Unii Europejskiej praktyki rynkowe związane ze sprzedażą premiowaną, loteriami promocyjnymi czy zakazami sprzedaży lawinowej stały się przedmiotem orzecznictwa ETS. Dla przykładu można tu podać orzeczenie w holenderskiej sprawie *Oesthoek* (286/81), gdzie doszukiwano się pogwałcenia podstawowych swobód wspólnotowych przez organizowanie sprzedaży z podarkami. ETS nie dopatrył się jednak żadnych praktyk dyskryminujących w ww. sprzedaży. Kolejnym przykładem może być sprawa *Vereinigste Familiapress Zeitungsverlag* z 26.6.1997 (C-368/95). W sprawie tej ETS doszedł do wniosku, że jest sprawą sądów państw członkowskich sprawdzenie czy konsument ma prawo wyboru przy kierowanej do niego ofercie w postaci gazety z nagrodą (sprzedaż premiowana). Jeżeli takiego wyboru konsument nie ma tzn. na rynku nie istnieje podobna gazeta nie oferująca mu za zakup premii w postaci prezentu, taka praktyka mogłaby być uznana, pod pewnymi warunkami, za sprzeczną z prawem wspólnotowym. **Powyższe przykłady wskazują na kontrowersyjność uregulowań związanych z omawianą grupą praktyk rynkowych. Wydaje się zatem, że wprowadzana projektem nowelizacja ustawy jest uzasadniona.**

#### VI. przepisy kompetencyjno - proceduralne, sankcje karne

Ta grupa projektowanych przepisów z natury swej nie jest objęta prawem wspólnotowym, gdyż kwestie prawa karnego czy organizacji i kompetencji organów władzy państwowej są, co do zasady, poddane wewnętrznemu ustawodawstwu państw członkowskich. Przy okazji jednak kwestii proceduralnych, wprowadzanych w art. 21 ust. 2 projektu, wylania się nowa dla prawa unijnego problematyka ochrony tzw. **zbiorowych interesów konsumentkich** regulowanych przez Dyrektywę 98/27/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 roku w sprawie wydawanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów nakazach zaprzestania szkodliwych praktyk. Dyrektywa ta zobowiązuje państwa członkowskie do powierze-

nia sądom (lub organom administracji państwowej) orzekania w sprawach zakazu lub zaprzestania naruszeń. Dyrektywa przewiduje ponadto, iż takie praktyki mają zostać oficjalnie napiętnowane poprzez ich publikację oraz karę pieniężną czy nawiązkę (art. 2.1 lit. c dyrektywy). Wydaje się, że projekt w art. 21 ust. 2 w zw. z również projektowanym art. 15 ust. 2 i art. 18 obowiązującej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, spełnia w pełni wymogi prawa wspólnotowego.

VII. W konkluzji stwierdzam, że projekt ustawy o zmianie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jest zgodny z prawem wspólnotowym.

Z poważaniem,

Z up. Sekretarza Komitetu  
Integracji Europejskiej  
PODSEKRETAŃ Z SZANU

*Jarosław Pietras*

Do uprzejmej wiadomości:  
• Pan Cezary Banasiński  
Prezes Urzędu Ochrony  
Konkurencji i Konsumentów

---

Tłoczono z polecenia Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Skierowano do druku 12 kwietnia 2002 r.

Cena 0,93 zł + 22% VAT

