



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Warszawa, 12 marca 2025 r.

DOZIK-5.053.2.2025.MW

Pan

Szanowny Panie,

w odpowiedzi na petycję dotyczącą przeanalizowania, pod kątem ochrony praw konsumentów, problemów dotyczących wyświetlania reklam w grach oraz aplikacjach mobilnych, zarówno od razu po ich uruchomieniu, jak i podczas korzystania z tych aplikacji, oraz rozważenia wprowadzenia zakazu wyświetlania reklam w grach i aplikacjach mobilnych bezpośrednio po ich uruchomieniu, przedstawiam następujące stanowisko.

Obowiązujące w Polsce zasady, jakie mają zastosowanie do ochrony konsumentów, są ukształtowane w ramach wyznaczonych przez harmonizację dokonaną w prawie Unii Europejskiej. Relevantne w tym zakresie są przede wszystkim przepisy dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. o nieuczciwych praktykach handlowych, które zostały wdrożone do polskiego porządku prawnego ustawą z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r., poz. 845 ze zm.).

Przepisy te zakazują przedsiębiorcom stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, czyli praktyk sprzecznych z dobrymi obyczajami, które w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu (m.in. rzeczy i usługi), w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Szczególnym typem nieuczciwych praktyk rynkowych, są praktyki agresywne, czyli takie, które przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ograniczają lub mogą ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Reklama w grach mobilnych, która poprzez swoją konstrukcję może prowadzić do zawierania przez konsumentów niechcianych umów, oraz pobierania od nich płatności, może być oceniana w kategorii nieuczciwych, w tym agresywnych, praktyk rynkowych. W przypadku naruszenia zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, art. 12 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, wprowadza szereg środków dostępnych dla konsumenta, w tym prawo do rozwiązania umowy i naprawienia wyrządzonej

praktyką szkody. O zastosowanie tych sankcji zwrócić się może zarówno sam konsument, jak i powiatowy rzecznik praw konsumentów, Rzecznik Finansowy, Rzecznik Praw Obywatelskich czy organizacje konsumenckie.

Stosowanie w aplikacjach mobilnych reklam, które mogą prowadzić do zawierania przez konsumentów niechcianych umów czy obciążania ich opłatami, może być też ocenione przez Prezesa UOKiK pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Za takie praktyki uznaje się godzące w zbiorowe interesy konsumentów zachowania przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, w szczególności poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych (art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. W przypadku stwierdzenia zaistnienia takich praktyk Prezes UOKiK posiada kompetencję m.in. do zakazania ich stosowania i nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości do 10% obrotu.

Analiza obowiązującego stanu prawnego wskazuje, że w prawie polskim istnieją instrumenty pozwalające chronić konsumentów wobec ryzyk opisywanych w Pańskiej petycji. Prawo polskie i europejskie koncentruje się na zakazie stosowania określonych praktyk, które mogą prowadzić do zniekształcenia woli konsumentów oraz ochronie przed konsekwencjami naruszenia tego zakazu. Europejskie prawo ochrony konsumentów nie przewiduje natomiast możliwości całkowitego zakazania reklamy, który rozciągałby się również na reklamę która nie zawiera elementów sprzecznych z prawem.

Niemniej należy zauważyć, że kwestia wzmocnienia ochrony konsumenta wobec wyzwań jakie stawiają nowe technologie, jest obecnie przedmiotem analiz i dyskusji na forum UE. Tego problemu dotyczyło m. in. opublikowane w październiku 2024 r. badanie Komisji Europejskiej wspierające ocenę adekwatności unijnego prawa konsumenckiego w zakresie uczciwości cyfrowej oraz sprawozdanie ze stosowania dyrektywy modernizacyjnej UE 2019/2161. W świetle opublikowanych dokumentów oczekujemy, że KE wystąpi z projektem przepisów, które znowelizują obowiązujące dyrektywy poprzez wzmocnienie praw konsumentów, również tych będących użytkownikami aplikacji mobilnych. W momencie wystąpienia z takim projektem Polska będzie uczestniczyć w pracach nad jego przyjęciem i wykorzysta dotychczasowe doświadczenia, aby wypracować rozwiązania, które pozwolą jak najlepiej chronić konsumentów przed problemami jakie mogą wynikać z konstrukcji reklam stosowanych w aplikacjach mobilnych.

*/podpisano kwalifikowanym podpisem
elektronicznym/ Z poważaniem,
Tomasz Chrósty
Prezes
Urzędu Ochrony Konkurencji i
Konsumentów*