

USTAWA
z dnia 5 lipca 2002 r.

Opracowano na pod-
stawie: Dz.U. z 2002
r. Nr 126, poz. 1071;

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, z 2000 r. Nr 29, poz. 356 i Nr 93, poz. 1027 oraz z 2002 r. Nr 126, poz. 1068) 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 nieujawnione 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,

- 4) pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży,
 - 5) działanie mające na celu wymuszenie na klientach wyboru jako kontrahenta określonego przedsiębiorcy lub stwarzanie warunków umożliwiających podmiotom trzecim wymuszanie zakupu towaru lub usługi u określonego przedsiębiorcy.
2. Czyn, o którym mowa w ust. 1 pkt 5, może polegać w szczególności na:
- 1) ograniczeniu w istotny sposób lub wyłączeniu możliwości dokonywania przez klienta zakupu u innego przedsiębiorcy,
 - 2) stworzeniu sytuacji powodujących pośrednio lub bezpośrednio narzucenie klientom przez podmioty trzecie konieczności dokonania zakupu u danego przedsiębiorcy lub u przedsiębiorcy, z którym dany przedsiębiorca pozostaje w związku gospodarczym,
 - 3) emisji, oferowaniu oraz realizacji znaków legitymacyjnych podlegających wymianie na towary lub usługi oferowane przez jednego przedsiębiorcę lub grupę przedsiębiorców pozostających w związku gospodarczym, w okolicznościach wskazanych w pkt 1 lub 2.
3. Czynem nieuczciwej konkurencji jest także utrudnianie małym przedsiębiorcom, w rozumieniu ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. - Prawo działalności gospodarczej (Dz.U. Nr 101, poz. 1178, z 2000 r. Nr 86, poz. 958 i Nr 114, poz. 1193, z 2001 r. Nr 49, poz. 509, Nr 67, poz. 679, Nr 102, poz. 1115 i Nr 147, poz. 1643 oraz z 2002 r. Nr 1, poz. 2 i Nr 115, poz. 995), dostępu do rynku przez sprzedaż towarów lub usług w obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 400 m² po cenie niewzględniającej marży handlowej, z zastrzeżeniem ust. 5.
4. Utrudnianiem dostępu do rynku, o którym mowa w ust. 3, jest również:
- 1) emitowanie oraz realizacja znaków legitymacyjnych podlegających wymianie na towary lub usługi, oferowanych poniżej ich wartości nominalnej,
 - 2) emitowanie oraz realizacja znaków legitymacyjnych podlegających wymianie na towary lub usługi o cenie przewyższającej wartość nominalną znaku.
5. Nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji sprzedaż, o której mowa w ust. 3, jeżeli jest dokonywana w ramach:
- 1) wyprzedaży posezonowej, 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-17d w brzmieniu:

„Art. 17a. 1. Czynem nieuczciwej konkurencji jest sprzedaż konsumentom towarów lub usług połączona z przyznaniem wszystkim, albo niektórym nabywcom towarów lub usług 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 premie stanowią towary lub usługi:

- 1) o niewielkiej wartości lub próbki towaru,
- 2) wygrane w loteriach promocyjnych, organizowanych na podstawie przepisów o grach losowych, zakładach wzajemnych i grach na automatach, lub konkursach, których wynik nie zależy od przypadku.

Art. 17b. 1. Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie loterii promocyjnych jest formułowanie ofert w sposób stwarzający konsumentowi - niezależnie od wyniku losowania czy wiedzy konsumenta - 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. 1. Czynem nieuczciwej konkurencji jest organizowanie systemu sprzedaży lawinowej, polegającego na proponowaniu nabywania towarów lub usług poprzez składanie nabywcom tych towarów lub usług obietnicy uzyskania korzyści materialnych w zamian za nakłonienie innych osób do dokonania takich samych transakcji, które to osoby uzyskałyby podobne korzyści materialne wskutek nakłonienia kolejnych osób do udziału w systemie.

2. Nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji organizowanie systemu sprzedaży, o którym mowa w ust. 1, jeśli spełnione zostaną następujące warunki:

- 1) korzyści materialne uzyskiwane z uczestnictwa w systemie sprzedaży pochodzą ze środków uzyskiwanych z zakupu lub ze sprzedaży dóbr i usług po cenie, której wartość nie może rażąco przekraczać rzeczywistej wartości rynkowej tych dóbr i usług,
- 2) osoba rezygnująca z udziału w systemie sprzedaży ma prawo do odprzedaży organizatorowi systemu za co najmniej 90% ceny zakupu wszystkich nabytych od organizatora

nadających się do sprzedaży towarów, materiałów informacyjno-instruktażowych, próbek towarów lub zestawów prezentacyjnych zakupionych w przeciągu 6 miesięcy poprzedzających datę złożenia rezygnacji organizatorowi systemu sprzedaży.

Art. 17d. Czynem nieuczciwej konkurencji jest wprowadzanie do obrotu przez sieci sklepów dyskontowych towarów w ilości przewyższającej 20% wartości obrotów z markami stanowiącymi własność właściciela sieci lub podmiotów zależnych.”;

5) art. 19 otrzymuje brzmienie:

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

- 1) krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji zagraża lub narusza interesy konsumentów,
- 2) krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów przedsiębiorców,
- 3) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji zagraża lub narusza interesy konsumentów,
- 4) 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 1 i 4, 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) po art. 24 dodaje się art. 24a w brzmieniu:

„Art. 24a. Kto organizuje system sprzedaży lawinowej lub takim systemem kieruje, podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8.”;

8) art. 25 otrzymuje brzmienie:

„Art. 25. 1. Kto, oznaczając lub wbrew obowiązкови 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, loterii promocyjnych lub sprzedaży, o której mowa w art. 17a.”.

M

Art. 2.

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