DZIAŁALNOŚĆ UOKIK W 2022 ROKU

* **Ponad 950 decyzji z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów, prawie 430 mln zł nałożonych kar.**
* **Blisko 20 tys. kontroli sprawdzających jakość i bezpieczeństwo zabawek, ubrań oraz produktów codziennego użytku.**
* **Przedstawiamy podsumowanie działań UOKiK w 2022 r.**

**[Warszawa, 7 marca 2023 r.]** – *Ubiegły rok to czas wytężonej pracy dla konsumentów i uczciwych przedsiębiorców, naznaczony po pandemicznymi trudnościami, ale przede wszystkim wojną w Ukrainie. Wyzwaniom stawialiśmy czoła nie tylko monitorując rynek i przeciwdziałając nieuczciwym praktykom, ale także wspierając rząd w wypracowaniu i notyfikacji programów pomocowych.  W 2022 roku wyraźnie dostrzegane były nasze działania w sieci. Rozpoczęliśmy rewolucję w zakresie oznaczania treści komercyjnych w internecie, a także rozpoczęliśmy porządkowanie marketingu treści na portalach informacyjnych. Kwestionowaliśmy  praktyki przedsiębiorców e-commerce, którzy niestety coraz częściej wykorzystują wiedzę na temat zachowań konsumenckich do nieuczciwego wpływania na decyzje zakupowe, w tym tzw. dark patterns. W tę tematykę naturalnie wpisują się wydane pod koniec roku dwie ważne decyzje wobec Allegro, które pokazują, że pod jednym dachem myślimy zarówno o ochronie konkurencji, jak i konsumentów. Łącznie wydaliśmy prawie tysiąc decyzji i nałożyliśmy blisko 430 mln zł kar*– mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

**OCHRONA KONKURENCJI**

**Praktyki ograniczające konkurencję**

W 2022 roku Prezes UOKiK **wszczął 35 postępowań - wyjaśniających i antymonopolowych dotyczących praktyk ograniczających konkurencję**. Ponadto wystosował **52 wystąpienia miękkie** do przedsiębiorców. Polegają one na wezwaniu do przedstawienia wyjaśnień, zmiany bądź eliminacji niedozwolonych działań.

Prezes Urzędu wydał w 2022 roku **8 decyzji z zakresu praktyk ograniczających konkurencję**, z czego 7 dotyczyło niedozwolonych porozumień, a jedna - nadużywania pozycji dominującej**. Łączne kary finansowe wyniosły ponad 241 mln zł.** W dwóch przypadkach sankcje obniżono dzięki [programowi łagodzenia kar *leniency*](http://www.uokik.gov.pl/program_lagodzenia_kar2.php). W 2022 r. przedsiębiorcy złożyli 3 wnioski o objęcie tym programem. Zbierając dowody potwierdzające istnienie praktyk antymonopolowych, Urząd dziewięć razy skorzystał z możliwości przeszukania firm, sprawdzając 30 przedsiębiorców. W porównaniu z rokiem ubiegłym ponad czterokrotnie wzrosła liczba sygnałów zgłoszonych w ramach [programu sygnalista.](https://konkurencja.uokik.gov.pl/zglos-naruszenie/)  W ubiegłym roku było ich 2396, a rok wcześniej 547.

Najwyższa kara za praktyki ograniczające konkurencję w 2022 r. została nałożona na spółkę [Allegro](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19182) i wyniosła ponad 206 mln zł. Przedsiębiorca w niedozwolony sposób wykorzystywał pozycję rynkową, faworyzując własny sklep internetowy kosztem konkurencyjnych sprzedawców na platformie allegro.pl.

Druga w kolejności kara dotyczyła spółki [Karcher](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19221) i wyniosła 26 mln zł. Przedsiębiorca od końca lat 90. w porozumieniu ze swoimi dystrybutorami ustalał minimalne i sztywne ceny detaliczne urządzeń i systemów czyszczących marki Kärcher. Kara byłaby znacząco wyższa, gdyby spółka nie skorzystała z programu łagodzenia kar leniency.

Inna ważna decyzja dotyczyła [zmowy przetargowej](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19326)siedmiu przedsiębiorców zajmujących się odbiorem odpadów. Utworzone przez firmy konsorcjum służyło ograniczeniu  konkurencji w zamówieniach publicznych, organizowanych przez związek gmin aglomeracji poznańskiej. Łączna suma kar pieniężnych wyniosła w tym przypadku ponad 7 mln zł.

Wśród wystąpień miękkich na szczególną uwagę zasługuje interwencja na rynku [samochodów osobowych](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18501). Prezes UOKiK sprawdził w ramach badania rynku praktyki importerów 14 największych marek. W efekcie naprawy gwarancyjne nie są już uzależniane od serwisowania pojazdów wyłącznie w autoryzowanych stacjach obsługi. Swoje praktyki w tym zakresie zmienili importerzy marek: Ford, Nissan, Citroen, DS i Peugeot.

**Przewaga kontraktowa**

W 2022 roku Prezes UOKiK wydał **3 decyzje** dotyczące nieuczciwego wykorzystywania przewagi kontraktowej w obrocie produktami rolno-spożywczymi. Wszczął **17 postępowań wyjaśniających oraz 4 właściwe**. Ponadto skierował 14 wystąpień miękkich do przedsiębiorców.

Łączne kary za nieuczciwe wykorzystywanie przewagi kontraktowej wyniosły **blisko 71 mln zł**. Decyzja z najwyższą karą dotyczyła niedozwolonego pozbawiania przyznanej pomocy za poniesione straty hodowcom trzody chlewnej ze stref ASF. Taką praktykę stosowała spółka Agri Plus należąca do grupy kapitałowej Animex. [Przeprowadzone postępowanie](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19212) wykazało, że działania przedsiębiorcy stanowiły nieuczciwe wykorzystanie przewagi kontraktowej. Prezes UOKiK nałożył na niego karę w wysokości ponad 68 mln zł.

Ważne rozstrzygnięcia dotyczyły również rynku zboża. Prezes UOKiK nałożył przeszło 2 mln zł kary na spółkę [Cefetra Polska](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18534). Przedsiębiorca wymagał od rolników całości zakontraktowanych dostaw, także wówczas gdy wystąpiły niezależne od nich okoliczności, np. susza lub inny przypadek siły wyższej, uniemożliwiający realizację dostaw przez rolnika. Podobne praktyki stosowała spółka [Polish Agri](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18754), na którą została nałożona sankcja pieniężna w wysokości ponad 300 tys. zł.

Poza wydanymi decyzjami na uwagę zasługuje m.in. [raport](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19021) dotyczący opłat okołosprzedażowych, pobieranych przez sieci handlowe od dostawców za usługi wykonywane na ich rzecz. Wskazano w nim m.in. które praktyki dużych sieci mogą naruszać przepisy. Już w trakcie badania zostały wszczęte pierwsze postępowania dotyczące praktyk właścicieli sklepów: [Auchan, Carrefour](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18557), [Dino, Selgros i Żabka](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18663) podejrzewanych o wykorzystywanie opłat do działań na niekorzyść swoich mniejszych kontrahentów.

**Kontrola koncentracji i inwestycji**

Ochrona konkurencji to także kontrola koncentracji. 2022 r. był dla UOKiK rekordowym pod względem spraw dotyczących fuzji i przejęć. Prezes UOKiKwydał **327 decyzji**, w których zgodził się na koncentrację, z czego w jednym przypadku była to zgoda warunkowa.

Prezes UOKiK wydał również w jednej sprawie zastrzeżenia wobec koncentracji wskazując, iż może ona doprowadzić do istotnego ograniczenia konkurencji na krajowym rynku sprzedaży walcowanych szyn kolejowych. W następstwie tego spółki ArcelorMittal i Moris wycofały zgłoszenie.

Prezes Urzędu **wszczął 342 postępowania**, w których sprawdzał, czy planowane transakcje nie wpłyną negatywnie na konkurencję.

Prezes Urzędu wszczął ponadto 3 postępowania z zakresu kontroli inwestycji i wydał jedną decyzję dotyczącą braku sprzeciwu do planowanej transakcji.

**Zatory płatnicze**

W ubiegłym roku **Urząd prowadził 88 postępowań dotyczących zatorów płatniczych**. Wydane zostały **33 decyzje** w sprawie nadmiernego opóźniania się ze spełnianiem świadczeń pieniężnych. Na przedsiębiorców powodujących zatory nałożono kary w łącznej wysokości **prawie 11 mln zł,** czyli o 9,5 mln zł więcej niż w 2021 r.

Najwyższa kara została nałożona na spółkę [Polska Grupa Farmaceutyczna](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18979) i wyniosła ponad 4 mln zł. Następna w kolejności kara dotyczyła również przedsiębiorcy z branży farmaceutycznej – spółki [Neuca](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18281) i wyniosła ponad 3 mln zł. Inne ukarane podmioty to m.in. Zakłady Drobiarskie [Farmio](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18923) (kara ponad 730 tys. zł), spółka [Bewa](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18499) (ponad 567 tys. zł kary) oraz [Reckitt Benckiser Production](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18621) (prawie 555 tys. zł).

Ubiegły rok przyniósł również [nowelizację przepisów](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19125) o zatorach płatniczych. Prezes Urzędu uzyskał kompetencje do kierowania do przedsiębiorców tzw. miękkich wezwań, bez konieczności wszczynania postępowania administracyjnego. Ustawodawca zdecydował się również na zmianę wzoru, na podstawie którego wyliczane są kary pieniężne. Jednocześnie nowelizacja wprowadza instytucję tak zwanego „miarkowania kary” polegającego na uwzględnianiu okoliczności zarówno łagodzących (skutkujących obniżeniem kary), jak i obciążających (w oparciu o które kara będzie zaostrzana).

**Pomoc publiczna**

Pomoc publiczna jest ingerencją państwa w mechanizmy wolnego rynku, dlatego stosowana jest w ograniczonym zakresie. UOKiK [wstępnie ocenia wsparcie indywidualne i programy pomocowe](https://www.uokik.gov.pl/informacje_ogolne2.php) pod kątem zgodności z prawem unijnym oraz [monitoruje pomoc publiczną](https://www.uokik.gov.pl/informacje_ogolne2.php), czyli wsparcie udzielone przedsiębiorcom w Polsce. W 2022 roku Urząd **zaopiniował 39 projektów** dotyczących programów pomocowych i pomocy indywidualnej (w tym na restrukturyzację). Do UOKiK **wpłynęły 462 wnioski o dokonanie interpretacji i 603 projekty dokumentów rządowych** doanalizy pod kątem możliwości wystąpienia pomocy publicznej. Ponadto do Urzędu zgłoszono **952 projekty programów de minimis**, które UOKiK oceniał pod względem przejrzystości zasad udzielania pomocy.

UOKiK notyfikował w 2022 r. Komisji Europejskiej **29 projektów przewidujących udzielenie pomocy publicznej**, w tym 24 programów pomocowych i 5 dotyczących pomocy indywidualnej (w tym na restrukturyzację). KE zaakceptowała **21 projektów pomocowych.**

**OCHRONA KONSUMENTÓW**

**Ochrona zbiorowych interesów konsumentów i niedozwolone postanowienia umowne**

**Prezes UOKiK wszczął** **97** **postępowań** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz dotyczących uznania postanowień wzorca umowy za niedozwolone, a także 203 postępowania wyjaśniające. **Wydał 58 decyzji, w których nałożył łącznie ponad 102 mln zł sankcji pieniężnych**. Ponadto po raz pierwszy wydana została [decyzja tymczasowa](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18450). Jest to mechanizm stosowany w wyjątkowych sytuacjach. Umożliwia szybką reakcję na praktyki zagrażające zbiorowym interesom konsumentów, jeśli okaże się, że ich skutki mogą być poważne i trudne lub wręcz niemożliwe do usunięcia. Prezes Urzędu wydał ją w postępowaniu wobec spółki Obligacje Społeczne, której oferta nie miała nic wspólnego z obligacjami i polegała na tym, że konsumenci udzielali jej pożyczek.

Urząd podejmował również działania miękkie: wystosował 363 wystąpienia do przedsiębiorców z zakresu ochrony konsumentów. Ponadto 251 razy wydał istotny pogląd w sprawie dla osób walczących o swoje prawa w sądzie.

**Najwyższa kara** za naruszanie zbiorowych interesów konsumentów w 2022 r. wyniosła **ponad 28 mln zł.** Sankcja została nałożona na [spółkę BO Energy](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19196) (wcześniej FG Energy), która zajmuje się sprzedażą i montażem instalacji fotowoltaicznych, zawierając umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakwestionowane praktyki to m.in. utrudnianie konsumentom bezkosztowego odstąpienia od umowy, wprowadzanie ich w błąd co do współpracy z Ministerstwem Klimatu i bezpłatności audytu.

Prezes UOKiK wielokrotnie wskazywał, że zmiana istotnych warunków trwającej umowy zawartej na czas nieoznaczony może nastąpić tylko wówczas, gdy umowa to wyraźnie przewiduje. Było to wielokrotnie podkreślana w wydawanych decyzjach względem przedsiębiorców z sektora telekomunikacyjnego. W 2022 r. za jednostronne, bez podstawy prawnej, zmiany takiej umowy i wprowadzenie podwyżki opłat abonamentowych ukarana kwotą ponad 22 mln zł została [Vectra](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19256). Z kolei na [UPC Polska](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18943) została nałożona sankcja 12,5 mln zł za wygórowane koszty wypowiedzenia umowy zawartej na czas oznaczony. Klienci, którzy chcieli zrezygnować z usług spółki przed terminem, musieli płacić więcej niż gdyby kontynuowali umowę. Prezes UOKiK nakazał UPC Polska zaprzestanie praktyki oraz zwrot konsumentom nieprawidłowo pobranych opłat.

Prezes UOKiK kwestionował również nieprawidłowo wprowadzane zmiany w umowach w branży finansowej, ubezpieczeniowej, e-płatności czy e-commerce. Wszczął postępowania wyjaśniające w sprawie klauzul waloryzacyjnych [wprowadzonych przez operatorów komórkowych](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19075) w umowach na czas oznaczony i rozpoczął [badanie rynku](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19205) [branży deweloperskiej](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19205) w tym zakresie.

Istotne były również działania Urzędu względem ubezpieczycieli oferujących indywidualne ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (ufk), którzy stosowali niedozwolone postanowienia umowne, mające zniechęcić konsumentów do wypowiedzenia umów w pierwszych latach ich zawarcia. Decyzje dotyczyły spółek [MetLife](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18262), ukaranej kwotą ponad 5,2 mln zł oraz [UNIQA](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18580) (wcześniej AXA Życie TU S.A.), na którą została nałożona sankcja ponad 10 mln zł.

Uwagę Prezesa UOKiK w ubiegłym roku przykuł także intensywnie rozwijający się rynek mediów społecznościowych i konieczność zadbania o to, by wyróżniał się transparentnymi zasadami, a jego użytkownicy nie byli wprowadzani w błąd. We wrześniu zostały wydane [Rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=26685). Mają one pomagać twórcom internetowym w interpretacji już istniejącego prawa. Dokument zawiera nie tylko ważne definicje czy regulacje prawne i konsekwencje, jakie można ponieść w związku z kryptoreklamą, ale także konkretne przykłady oznaczeń materiałów reklamowych w różnych mediach społecznościowych, takich jak Instagram, Facebook, TikTok, YouTube i inne, wraz z podaniem praktycznego schematu działań do każdego z nich. Za brak współpracy z Urzędem ukaranych zostało [sześciu influencerów](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18645) (kary wyniosły łącznie prawie 140 tys. zł), zarzuty nieprawidłowego oznaczania reklam otrzymało [troje twórców internetowych](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18731) z branży fitness, a także ich reklamodawca. Na bieżąco Prezes Urzędu monitoruje rynek i podejmuje działania adekwatne względem ewentualnych naruszeń.

Kolejnym krokiem było zweryfikowanie sposobu oznaczania treści publikowanych w serwisach internetowych. Urząd analizował czy przekazy komercyjne oznaczone są w odpowiedni sposób, tak aby konsumenci nie mieli wątpliwości, że mają do czynienia z reklamą. Pierwsze [zarzuty otrzymały dwa serwisy](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19159), wobec kolejnych trwały postępowania wyjaśniające.

Urząd analizuje także praktyki przedsiębiorców e-commerce, którzy niestety coraz częściej wykorzystują wiedzę na temat zachowań konsumenckich w internecie do wpływania na ich decyzje zakupowe w nieuczciwy sposób, czyli tzw. dark patterns. Mogą one polegać m.in. na eksponowaniu korzystniejszych dla przedsiębiorców opcji w architekturze serwisu (np. płatnych usług, zgód na określone działania) i ukrywaniu tych, które konsument prawdopodobnie wybrałby, gdyby były przedstawione w taki sam sposób. Za podobne praktyki nałożono karę na [Vinted](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18513), w wysokości ponad 5,3 mln zł, a zarzuty otrzymała spółka [OLX](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18886). Z kolei [Allegro](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19182) - za bezprawne przyznanie sobie przez spółkę możliwości zmiany regulaminów, m.in. dotyczących usługi Smart zostało ukarane kwotą blisko 4 mln zł. UOKiK przyglądał się także praktykom firm, które mogą oferować tworzenie fałszywych opinii hurtowo bez jakiegokolwiek kontaktu z ocenianym produktem lub usługą. Sprawdzone zostały zasady współpracy m.in. w ramach tzw. marketingu szeptanego czy usługi polegającej na „gwarantowaniu oryginalnych, wiarygodnych opinii”. Zebrane informacje oraz dowody pozwoliły ukarać za wprowadzanie konsumentów w błąd trzy firmy: [Opinie.pro, SN Marketing](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19139) oraz [Agencja City Damian Trzciński](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19378).Łącznie sankcje finansowe wyniosły 110 tys. zł.

Ponadto od ponad pół roku konsumenci mogą korzystać z ustawowych wakacji kredytowych. Prezes UOKiK od początku obowiązywania przepisów w ramach prowadzonych postępowań wyjaśniających monitorował, jak banki o nich informują i je realizują. Konsumenci skarżyli się m.in. na to, że banki uniemożliwiają im wnioskowanie o wakacje kredytowe na jednym formularzu na wszystkie przewidziane prawem 8 okresów. Po wezwaniach Prezesa UOKiK większość banków wycofała się z takich praktyk. Tym, które tego nie zrobiły, został postawiony zarzut naruszania zbiorowych interesów konsumentów, w wyniku czego [BNP Paribas i Bank Pocztowy](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19241) zostały ukarane łączną kwotą blisko 3 mln zł.

Prezes UOKiK postawił także zarzuty dziewięciu bankom w związku z nieautoryzowanymi transakcjami. Podstawą zarzutów jest analiza skarg konsumentów oraz reakcji i odpowiedzi banków na zgłoszenia kradzieży pieniędzy z kont konsumentów.

**Inspekcja Handlowa**

Prezes UOKiK dba o bezpieczeństwo produktów w Polsce także przy pomocy Inspekcji Handlowej. Urząd planuje, koordynuje i monitoruje kontrole prowadzone przez wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej (WIIH), a także analizuje ich wyniki. W 2022 r. **Inspekcja Handlowa przeprowadziła łącznie ponad 19,7 tys. kontroli w zakresie ogólnego bezpieczeństwa produktów, oceny zgodności wyrobów z wymaganiami oraz pozostałych kontroli dotyczących produktów nieżywnościowych i usług** (w tym obowiązków informacyjnych przedsiębiorców). Rozpoczęty został [#CyklOdzieżowy](https://uokik.gov.pl/szukaj.php?szukaj=%23cyklOdzie%BFowy) - w akredytowanych laboratoriach UOKiK zweryfikowano skład surowcowy ubrań. Na podstawie wyników kontroli Prezes UOKiK wszczął [postępowanie wyjaśniające](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19247) mające na celu ustalenie czy deklaracje dwóch producentów odzieży są zgodne z prawdą. Pod lupę trafiły także m.in. [akcesoria skórzane](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18934) i [obuwie](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18470) – pod kątem zawartości substancji chemicznych, [kosmetyki](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19124) – ich oznakowanie, informacje o składzie, termin ważności, [biżuteria](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18836&news_page=1) – sprawdzono ilość niklu w produktach. Zadbano także o bezpieczeństwo najmłodszych – kontrole objęły m.in. [wanienki](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18827&news_page=1) dla niemowlaków oraz [zabawki](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19104). Dzięki współpracy z Krajową Administracją Skarbową udało się zatrzymać prawie 30 tys. sztuk [niebezpiecznych zabawek](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19140) jeszcze na granicy.

UOKiK jest odpowiedzialny również za zarządzanie systemem monitorowania i kontrolowania jakości paliw. W zakresie paliw (benzyna, olej napędowy, gaz LPG) w 2022 r. IH przeprowadziła łącznie ponad 1700 kontroli oraz (do czasu zawieszenia wymagań jakościowych) ponad 300 kontroli jakości paliw stałych.

**Bezpieczeństwo produktów i nadzór rynku**

Ochrona konsumentów obejmuje również bezpieczeństwo produktów. UOKiK analizuje wyniki kontroli Inspekcji Handlowej i napływające sygnały, w szczególności skargi konsumenckie oraz powiadomienia od organów nadzoru innych państw członkowskich UE w ramach unijnego systemu [RAPEX](https://www.uokik.gov.pl/system_rapex.php). Głównym jego celem jest szybka wymiana informacji na temat produktów stwarzających zagrożenie. W systemie znajdują się także dane o działaniach, jakie podjęły państwa członkowskie bądź sami przedsiębiorcy, aby wykluczyć lub ograniczyć obrót niebezpiecznymi produktami.

**W 2022 r. Prezes UOKiK zainicjował 129 spraw z zakresu ogólnego bezpieczeństwa** **produktów**, w tym 91 czynności wyjaśniających oraz 38 postępowań administracyjnych. W 2022 r. Urząd otrzymał **277 dobrowolnych powiadomień** odprzedsiębiorców o produktach stwarzających zagrożenie.

Ponadto UOKiK zainicjował **222 sprawy z zakresu zgodności wyrobów z unijnymi wymaganiami**, w tym 79 czynności wyjaśniających oraz 143 postępowania administracyjne.

Do systemu Safety Gate/RAPEX UOKiK przekazał 173 zgłoszenia, które dotyczyły ponad 1,6 mln sztuk produktów. Najwięcej zgłoszeń dotyczyło zabawek.

**Laboratoria**

Badania laboratoryjne służą eliminowaniu z rynku produktów niespełniających wymagań lub stwarzających zagrożenie dla konsumentów. W 2022 r. **laboratoria UOKiK** **zbadały łącznie ponad 2 tys. próbek w związku z kontrolami IH, w których oznaczono ponad 27 tys. parametrów**.

**Legislacja**

Ubiegły rok to również prace legislacyjne. Pod koniec 2022 r. weszły w życie [zmiany prawne](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19125) pozwalające na skuteczniejszą walkę z zatorami płatniczymi. UOKiK przygotował również [zmiany w systemie ochrony konsumentów](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19189), które zaczęły obowiązywać 1 stycznia 2023 roku. Znowelizowane zostały polskie akty prawne, m.in. ustawa o prawach konsumenta, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawa o informowaniu o cenach towarów i usług oraz Kodeksie cywilnym. Wynikało to z implementacji dyrektywy Omnibus. Dodatkowo z inicjatywy Prezesa UOKiK wprowadzono regulacje, które mają ukrócić nieuczciwe praktyki na pokazach handlowych. Celem zmian jest przede wszystkim dostosowanie przepisów chroniących konsumentów do dynamicznie rozwijającego się świata cyfrowego. Dzięki nowym regulacjom łatwiej jest walczyć z takimi niekorzystnymi dla konsumentów zjawiskami jak fikcyjne promocje, podwójna jakość produktów w różnych krajach, wykupywanie biletów na koncerty przez boty czy fałszywe opinie w internecie.

Prezes UOKiK jako organ administracji centralnej angażował się również w tworzenie skutecznych regulacji prawnych. W 2022 r. Urząd zarówno opracowywał projekty aktów prawnych, jak i przeanalizował **ponad 2 tys. projektów ustaw i rozporządzeń i innych dokumentów rządowych**, aby zaopiniować je pod względem potencjalnego wpływu na konkurencję i sytuację konsumentów.

**Edukacja**

Ważna w działaniach UOKiK jest również edukacja konsumentów i przedsiębiorców. W 2022 r. przeprowadzona została m.in. kampania [„Stracisz dane, stracisz pieniądze!”](https://uokik.gov.pl/stracisz_dane_stracisz_pieniadze.php)**.** Prezes UOKiK ostrzegał w niej przed groźbą utraty danych i środków finansowych oraz apelował o wzmożoną ostrożność konsumentów. Spoty kampanii, poza publicznymi mediami, można było też obejrzeć lub usłyszeć w całym kraju: w telewizji, radiu, na portalach internetowych i w mediach społecznościowych, a także na nośnikach w przestrzeni publicznej. W inicjatywę edukacyjną UOKiK włączyło się - bezpłatnie emitując spoty - ogółem aż 190 podmiotów.

**UOKiK przygotował również projekt edukacyjny dla przedszkolaków** [„ABC Małego Konsumenta”](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18882)**, który w przyjazny i przystępny sposób, łącząc naukę z zabawą, przybliżał najmłodszym podstawowe pojęcia i zasady dotyczące robienia zakupów. Z kolei dla uczniów szkół ponadpodstawowych dedykowany został program** [„Młodzież z pr@wem na czasie”](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18962) **dotyczący promocji praw konsumenta w internecie oraz przybliżenia kwestii związanych z cyberbezpieczeństwem oraz oszustwami w sieci.**

Urząd zorganizował także we współpracy z Fundacją ProPublica cykl dwunastu webinarów edukacyjnych, które poruszały najbardziej istotne i aktualne dla konsumentów tematy.

Ponieważ rok 2022 był czasem dużej aktywności Prezesa Urzędu w tematyce działań w internecie, nie mogło zabraknąć obecności UOKiK w mediach społecznościowych – od kwietnia prowadzony jest [profil na Instagramie](https://www.instagram.com/uokikgovpl/), gdzie publikowane są posty edukacyjne i aktualności z pracy Urzędu. Obserwuje go ponad 24 tys. użytkowników. Jest to kanał, w którym w szczególności propagowane są rekomendacje dla influencerów, a także bezpieczeństwo produktów czy edukacja konsumencka. UOKiK przygotował też dla twórców internetowych bezpłatne narzędzie – [filtr AR](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18944) „Oznaczamreklamy”, który w atrakcyjny i czytelny sposób ułatwia oznaczanie materiałów o charakterze komercyjnym. Działania UOKiK wobec influencerów odbiły się wieloma pozytywnymi działaniami w mediach społecznościowych i sprawiły, że twórcy internetowi bardziej dbają o transparentność. Wielu z nich poprawiło oznakowanie postów sponsorowanych. Ponadto, kampania Prezesa UOKiK #Oznaczamreklamy została nominowana w konkursie Noizz Zmiany 2022 i wygrała (już w 2023 r.) plebiscyt internautów, którzy wybrali ją Zmianą Roku w kategorii Online. UOKiK rozwija także [profil na Twitterze](https://twitter.com/UOKiKgovPL), gdzie obserwowany jest przez ponad 18 tys. internautów.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 222 66 76 76 – infolinia konsumencka
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie
[Rzecznik Finansowy](https://rf.gov.pl/jak-pomaga-rzecznik-finansowy/porady/) – po odrzuceniu reklamacji przez instytucję finansową