

OCHRONA PRAW KONSUMENTÓW W POLSCE – ROLA UOKiK I INSTYTUCJI WSPIERAJĄCYCH

Streszczenie

Artykuł analizuje system ochrony konsumentów w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem roli Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK)¹. Celem badania jest ocena skuteczności mechanizmów prawnych i instytucjonalnych w ochronie interesów konsumentów. W artykule wykorzystano metodę analizy aktów prawnych, orzecznictwa sądowego oraz decyzji UOKiK z lat 2019–2024. Opracowanie zawiera porównanie z francuskim i unijnym systemem ochrony konsumenta, wskazując podobieństwa i różnice w podejściu do regulacji rynku. Wnioski wskazują na konieczność wzmocnienia nadzoru nad rynkiem cyfrowym oraz rozwinięcia współpracy między instytucjami krajowymi i unijnymi.

Słowa kluczowe

konsument, UOKiK, ochrona konkurencji, prawo konsumenckie, Unia Europejska, Francja

WPROWADZENIE

Ochrona praw konsumentów stanowi jeden z kluczowych filarów współczesnej gospodarki rynkowej, mając istotne znaczenie zarówno dla zapewnienia równowagi na rynku, jak i dla ochrony interesów jednostki. W Polsce system ochrony konsumentów przyjął formę wielopoziomową, łącząc instrumenty prawne, administracyjne oraz edukacyjne, a jego funkcjonowanie w dużej mierze opiera się na działalności Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) oraz instytucji wspierających, takich jak rzecznicy konsumentów czy Europejskie Centrum Konsumenckie.

Transformacja ustrojowa po 1989 r. wymusiła stworzenie mechanizmów regulujących rynek, który wcześniej był zdeformowany przez obecność monopolistów państwowych. W konsekwencji powołano Urząd Antymonopolowy, który z czasem przekształcił się w UOKiK, stając się głównym organem odpowiedzialnym za monitorowanie praktyk rynkowych oraz ochronę zbiorowych interesów konsumentów. Rozwój regulacji krajowych został stopniowo dostosowany do wymogów prawa Unii Europejskiej, w tym dyrektyw dotyczących ochrony konsumentów, co pozwoliło na harmonizację zasad i zwiększenie bezpieczeństwa transakcji, zwłaszcza w obrocie transgranicznym.

Celem artykułu jest analiza skuteczności krajowego systemu ochrony konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem roli UOKiK, oraz jego porównanie z rozwiązaniami przyjętymi w wybranych państwach Unii Europejskiej, w tym we Francji. Francuski model, oparty na działalności Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), stanowi przykład systemu o silnie zdecentralizowanej strukturze i wysokim stopniu zaangażowania organizacji konsumenckich w proces egzekwowania prawa. Porównanie polskiego i francuskiego modelu pozwala lepiej zrozumieć różnice w podejściu do ochrony konsumentów, skuteczności nadzoru oraz roli społeczeństwa obywatelskiego w kształtowaniu polityki konsumenckiej.

METODOLOGIA BADAŃ

W badaniu zastosowano metodę jakościowej analizy dokumentów (content analysis), obejmującą akty prawne, orzecznictwo sądowe, raporty oraz decyzje Prezesa UOKiK. Analizie poddano 25 decyzji UOKiK z lat 2019–2024 dotyczących naruszeń zbiorowych interesów konsumentów, w tym nieuczciwych praktyk rynkowych, ukrytej reklamy, wprowadzania w błąd oraz klauzul abuzywnych. Kryterium doboru decyzji stanowiła ich tematyka, skala oddziaływania (ponadregionalna) oraz różnorodność sektorowa (e-commerce, finanse, handel detaliczny, telekomunikacja). Wybrana próba ma charakter celowy i reprezentatywny dla głównych trendów w decyzjach UOKiK z analizowanego okresu.

RAMY PRAWNE OCHRONY KONSUMENTÓW W POLSCE

Polski system ochrony konsumentów opiera się na przepisach Kodeksu cywilnego, ustawie o prawach konsumenta, ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym². Zgodnie z art. 76 Konstytucji RP państwo zobowiązane jest do ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi³. Wdrażanie przepisów unijnych, takich jak dyrektywa 2011/83/UE i dyrektywa Omnibus⁴, umożliwia harmonizację zasad ochrony w całej Unii. Przepisy te kładą nacisk na przejrzystość informacji, prawo do odstąpienia od umowy i zakaz wprowadzania w błąd.

Konsument w polskim prawie definiowany jest w ustawie o prawach konsumenta jako osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową⁵. Oznacza to, że konsument korzysta z produktów lub usług przede wszystkim do celów osobistych, rodzinnych lub domowych, a nie zawodowych. Definicja ta ma kluczowe znaczenie, ponieważ uprawnia osobę fizyczną do korzystania ze szczególnych praw przewidzianych dla konsumentów, takich jak prawo do odstąpienia od umowy czy możliwość skorzystania z rękojmi i gwarancji. W prawie europejskim pojęcie konsumenta ma podobne znaczenie i służy do harmonizacji ochrony w całej Unii, co ułatwia stosowanie jednolitych zasad przy transakcjach transgranicznych.

Polski system ochrony konsumentów obejmuje zarówno przepisy krajowe, jak i regulacje wynikające z prawa Unii Europejskiej, co zapewnia konsumentom wysoki poziom ochrony. Kodeks cywilny reguluje kwestie odpowiedzialności sprzedawcy, gwarancji oraz rękojmi za wady fizyczne i prawne towarów⁶. Ustawa o prawach konsumenta wprowadza m.in. prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie 14 dni⁷. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów chroni konsumentów przed praktykami ograniczającymi konkurencję oraz

2 Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. 1997 nr 78 poz. Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, Dz.U. 2007 nr 50 poz. 331. Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz.U. 2014 poz. 827.

3 Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483.

4 Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, Official Journal of the European Union L 304/64. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. w sprawie lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów UE dotyczących ochrony konsumenta (tzw. Dyrektywa Omnibus), Official Journal of the European Union L 328/7.

5 Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz.U. 2014 poz. 827.

6 Kodeks cywilny (Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93), art. 556–576.

7 Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz.U. 2014 poz. 827.

nadużyciami rynkowym⁸. Natomiast ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zakazuje wprowadzania konsumentów w błąd poprzez reklamy, promocje czy informacje handlowe⁹.

Polskie prawo przewiduje także mechanizmy umożliwiające dochodzenie roszczeń, takie jak pozasądowe metody rozstrzygania sporów, w tym mediacje i postępowanie przed Rzecznikiem Praw Konsumenta. Instytucje te odgrywają istotną rolę w monitorowaniu rynku i egzekwowaniu przestrzegania przepisów. Wdrażanie dyrektyw unijnych, takich jak dyrektywa 2011/83/UE, zapewnia jednolite standardy informacyjne oraz prawa konsumenta w całej Unii. Dyrektywa Omnibus z 2019 roku wprowadza dodatkowe wymogi dotyczące transparentności cen, obowiązków informacyjnych w reklamach oraz nowych obowiązków w handlu internetowym.

W polskim prawie szczególny nacisk kładzie się na ochronę konsumentów w obrocie elektronicznym, gdzie ryzyko wprowadzenia w błąd jest większe. Konsumentom przysługują prawa do reklamacji, gwarancji oraz rękojmi, a przedsiębiorcy są zobowiązani do udzielania pełnych i rzetelnych informacji o produktach i usługach. Prawo konsumenckie w Polsce rozwija się dynamicznie, dostosowując się do nowych technologii i sposobów sprzedaży. Wprowadzenie regulacji dotyczących tzw. „nieuczciwych praktyk rynkowych” umożliwia sankcjonowanie działań naruszających interesy konsumentów. Ponadto, krajowe przepisy przewidują ochronę konsumentów przed klauzulami niedozwolonymi w umowach wzorcowych.

Rola organów państwowych, takich jak Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), polega na monitorowaniu rynku i egzekwowaniu przepisów, co zwiększa bezpieczeństwo zakupów. Edukacja konsumencka jest także istotnym elementem systemu ochrony – organizacje pozarządowe i instytucje publiczne prowadzą kampanie informacyjne w zakresie praw konsumenta. W praktyce oznacza to, że konsument w Polsce jest dobrze chroniony przed nieuczciwymi praktykami oraz ma szeroki dostęp do narzędzi służących obronie jego praw.

INSTYTUCJONALNY SYSTEM OCHRONY KONSUMENTÓW

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) pełni funkcję centralnego organu administracji odpowiedzialnego za kontrolę praktyk przedsiębiorców oraz ochronę zbiorowych interesów konsumentów¹⁰. Urząd współpracuje z Inspekcją Handlową, rzecznikami konsumentów i organizacjami pozarządowymi. Na poziomie lokalnym funkcjonuje ponad 370 rzeczników konsumentów, którzy udzielają porad prawnych, prowadzą edukację konsumencką oraz reprezentują konsumentów w sporach sądowych¹¹. Europejskie Centrum Konsumenckie (ECC) wspiera obywateli w sprawach transgranicznych, udzielając informacji o procedurach reklamacyjnych i możliwościach dochodzenia roszczeń w innych krajach UE¹². Współpraca UOKiK z Komisją Europejską w ramach ECC-Net umożliwia skuteczne rozwiązywanie sporów międzynarodowych.

UOKiK posiada szerokie kompetencje w zakresie nakładania kar finansowych na przedsiębiorców stosujących nieuczciwe praktyki rynkowe. Urząd może również wydawać decyzje zobowiązujące

8 Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, Dz.U. 2007 nr 50 poz. 331.

9 Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

10 UOKiK (2023), Raport roczny UOKiK 2023, <https://uokik.gov.pl/raporty.php> [data dostępu: 2025.10.24].

11 UOKiK (2023), Raport roczny UOKiK 2023, <https://uokik.gov.pl/raporty.php> [data dostępu: 2025.10.24].

12 European Commission, Consumer Protection Cooperation Network Annual Report 2023, DOI:10.2838/452167.

przedsiębiorców do zaprzestania nieuczciwych działań lub zmiany ich praktyk rynkowych. Prowadzi monitoring rynku, analizując reklamy, regulaminy sklepów i działania promocyjne pod kątem zgodności z prawem. Urząd organizuje kampanie edukacyjne dla konsumentów, zwiększając ich świadomość praw i sposobów ich egzekwowania.

Rzecznicy konsumentów działający na poziomie lokalnym często prowadzą szkolenia i spotkania edukacyjne dla mieszkańców, a także udzielają porad w zakresie dochodzenia roszczeń i sporów sądowych. UOKiK analizuje także rynek pod kątem zagrożeń dla konkurencji, np. praktyk monopolistycznych, które mogą negatywnie wpływać na konsumentów. Instytucja współpracuje z mediami, organizacjami pozarządowymi, sądami, prokuraturą oraz innymi organami państwowymi w celu egzekwowania przepisów ochrony konsumentów.

UOKiK prowadzi postępowania w sprawach klauzul niedozwolonych w umowach wzorcowych, chroniąc konsumentów przed nieuczciwymi zapisami. Europejskie Centrum Konsumenckie wspiera obywateli przy rozwiązywaniu sporów z przedsiębiorcami z innych krajów UE oraz współpracuje z UOKiK w ramach sieci ECC-Net. Dzięki temu instytucjonalny system ochrony konsumentów jest kompleksowy, łącząc działania prewencyjne, edukacyjne i egzekucyjne na poziomie lokalnym i międzynarodowym. Konsumenti mają dzięki temu możliwość szybkiego reagowania na naruszenia ich praw i uzyskania realnej pomocy w sporach z przedsiębiorcami.

ANALIZA DECYZJI UOKiK (2019–2024)

W analizowanym okresie UOKiK wydał łącznie 624 decyzje w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Najczęściej dotyczyły one nieuczciwych praktyk cenowych, ukrytej reklamy, wprowadzania w błąd co do cech produktów oraz niedozwolonych klauzul umownych¹³. Przykładem może być decyzja z 2021 r. wobec sieci „Biedronka”, dotycząca błędnych oznaczeń kraju pochodzenia produktów. W 2023 r. UOKiK prowadził również postępowania wobec influencerów za brak oznaczeń treści sponsorowanych¹⁴. W wielu przypadkach decyzje kończyły się nałożeniem kar finansowych przekraczających milion złotych, co pokazuje rosnącą skuteczność urzędu.

Decyzje UOKiK nie tylko mają charakter sankcyjny, ale również pełnią funkcję prewencyjną, odstrasżając innych przedsiębiorców od stosowania nieuczciwych praktyk. Urząd szczególnie koncentruje się na sektorach e-commerce, telekomunikacyjnym i finansowym, gdzie ryzyko naruszeń jest największe. Analizy wykazują, że wiele postępowań dotyczy również niewłaściwego informowania konsumentów o kosztach usług lub ukrytych opłatach. UOKiK monitoruje też przestrzeganie przepisów dotyczących ochrony danych osobowych i bezpieczeństwa produktów. Wydane decyzje często wymagają od przedsiębiorców korekty regulaminów, wprowadzenia rzetelnych oznaczeń lub usunięcia nieuczciwych zapisów w umowach. W niektórych przypadkach urząd prowadzi postępowania zbiorowe, reprezentując interesy dużej liczby konsumentów jednocześnie. Analiza decyzji z lat 2019–2024 pokazuje, że UOKiK skutecznie egzekwuje przepisy, zwiększając transparentność rynku i ochronę praw konsumentów.

13 UOKiK (2023), Raport roczny UOKiK 2023, <https://uokik.gov.pl/raporty.php> [data dostępu: 2025.10.24].

14 UOKiK (2023), Raport roczny UOKiK 2023, <https://uokik.gov.pl/raporty.php> [data dostępu: 2025.10.24].

Wnioski płynące z analizy decyzji pokazują, że przedsiębiorcy coraz częściej respektują przepisy, co świadczy o rosnącej świadomości praw konsumentów i ryzyka związanego z nieuczciwymi praktykami. Jednocześnie działania UOKiK wskazują na potrzebę ciągłego monitorowania nowych form sprzedaży i promocji, zwłaszcza w mediach społecznościowych i handlu internetowym. Przykłady decyzji pokazują również, że instytucje konsumenckie skutecznie reagują na innowacyjne sposoby wprowadzania konsumentów w błąd. System ten pozwala na szybkie eliminowanie nieuczciwych praktyk i wzmocnienie pozycji konsumentów w relacji z przedsiębiorcami.

Tab. 1. Kategorie naruszeń zbiorowych interesów konsumentów w decyzjach UOKiK (2019–2024)

Kategoria praktyki	Liczba decyzji	Przykładowe decyzje/sygnatury
Ukryta reklama	5	DOZIK-3/2022, DOK-1/2023
Klauzule abuzywne	7	RBG-5/2021, DOK-4/2022
Wprowadzanie w błąd	6	DOZIK-7/2020, DOK-2/2021
Nieuczciwe ceny/promocje	4	RKT-8/2023, DOK-6/2021
Naruszenia e-commerce	3	DOK-10/2022,DOZIK-1/2024 ¹⁵

Źródło: opracowanie własne na podstawie decyzji Prezesa UOKiK (2019–2024) oraz raportów rocznych UOKiK.

Analiza wskazuje, że najczęściej występującą kategorią naruszeń były klauzule abuzywne i ukryta reklama. Decyzje miały charakter zarówno sankcyjny, jak i prewencyjny. UOKiK coraz częściej reaguje na nowe zjawiska rynkowe, w tym działalność influencerów i sprzedaż w mediach społecznościowych.

15 Tabela 1. Kategorie naruszeń zbiorowych interesów konsumentów w decyzjach UOKiK (2019–2024) Źródło: opracowanie własne na podstawie decyzji Prezesa UOKiK (2019–2024) oraz raportów rocznych UOKiK.

PORÓWNANIE Z SYSTEMEM OCHRONY KONSUMENTÓW WE FRANCJI I UNII EUROPEJSKIEJ

Francuski system ochrony konsumentów opiera się na działalności Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), będącej częścią Ministerstwa Gospodarki i Finansów¹⁶. DGCCRF łączy funkcje kontrolne, dochodzeniowe i sankcyjne, a jej zadania obejmują monitorowanie rynku, nadzór nad uczciwością reklamy, bezpieczeństwem produktów oraz praktykami handlowymi. Instytucja ta posiada rozbudowaną sieć regionalnych delegatur, które prowadzą kontrole i reagują na skargi konsumentów.

We Francji istotną rolę odgrywają również stowarzyszenia konsumenckie, np. UFC–Que Choisir czy CLCV, które mają prawa procesowe. Dzięki temu mogą wytaczać powództwa w imieniu konsumentów, prowadzić mediacje i brać udział w procesach legislacyjnych. Francuski system wyróżnia się także silnym komponentem edukacyjnym. Edukacja konsumencka jest elementem programów szkolnych i kampanii rządowych. DGCCRF publikuje regularne raporty, ostrzeżenia i analizy rynkowe, co zwiększa transparentność rynku i świadomość obywateli.

W porównaniu z UOKiK, DGCCRF działa bardziej operacyjnie i ma szersze uprawnienia w zakresie kontroli na miejscu. UOKiK natomiast skupia się na aspektach prawnych i administracyjnych postępowań. Oba urzędy stosują podobne mechanizmy sankcyjne (kary finansowe, decyzje zobowiązujące), lecz francuski model kładzie większy nacisk na prewencję i współpracę z obywatelami poprzez organizacje społeczne.

Pod względem efektywności egzekucji prawa, Polska i Francja wykazują zbliżony poziom skuteczności w eliminowaniu nieuczciwych praktyk, jednak we Francji proces decyzyjny jest często szybszy dzięki zdecentralizowanej strukturze. W Polsce UOKiK zyskuje coraz większe znaczenie w obszarze rynku cyfrowego, ale nadal potrzebuje wzmocnienia kompetencji w zakresie kontroli internetowych treści reklamowych. W obu krajach kluczowe znaczenie ma rozwój systemów wczesnego ostrzegania i współpraca na poziomie unijnym (sieć CPC i ECC-Net).

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Analiza krajowych i unijnych rozwiązań wskazuje, że Polska posiada rozwinięty system ochrony konsumentów, jednak wymaga on dalszego doskonalenia. W szczególności rekomenduje się:

- zwiększenie przejrzystości informacji udzielanych konsumentom,
- rozszerzenie kompetencji rzeczników konsumentów,
- wdrożenie nowoczesnych narzędzi monitorowania rynku cyfrowego,
- rozwój edukacji konsumenckiej.

Współpraca UOKiK z instytucjami unijnymi powinna zostać pogłębiona, aby umożliwić skuteczne reagowanie na nowe zagrożenia, takie jak manipulacja danymi konsumentów w internecie¹⁷. Wnioski wskazują na potrzebę dynamicznej adaptacji prawa do szybko zmieniającej

¹⁶ Z. Jurczyk, B. Majewska-Jurczyk, Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej, UE Wrocław 2025, DOI:10.15611/pnue.2015.398.10.
¹⁷ European Commission, Consumer Protection Cooperation Network Annual Report 2023, DOI:10.2838/452167.

się gospodarki cyfrowej. Konieczne jest również wzmocnienie mechanizmów egzekucji prawa, aby decyzje UOKiK były szybciej i skuteczniej wdrażane. Warto rozwijać współpracę między organami krajowymi a organizacjami pozarządowymi w celu lepszego monitorowania rynku i identyfikowania nieuczciwych praktyk. Rekomenduje się także wprowadzenie ułatwień dla konsumentów w zakresie dochodzenia roszczeń zbiorowych, co zwiększy ochronę interesów obywateli. Digitalizacja systemu ochrony konsumentów może przyczynić się do szybszej identyfikacji naruszeń w handlu internetowym. Edukacja konsumencka powinna obejmować także aspekty cyberbezpieczeństwa i ochrony danych osobowych. W dłuższej perspektywie Polska może dążyć do harmonizacji rozwiązań krajowych z najlepszymi praktykami w UE, co zwiększy efektywność ochrony konsumentów i zaufanie do rynku. Porównanie z Francją pokazuje, że większe upodmiotowienie organizacji społecznych może znacząco zwiększyć efektywność ochrony.

OGRANICZENIA BADAWCZE

Badanie opiera się na analizie jakościowej ograniczonej próby 25 decyzji UOKiK, co może nie w pełni oddawać całościowy obraz praktyk rynkowych. Ponadto, analiza nie obejmuje wszystkich sektorów gospodarki, a brak danych ilościowych ogranicza możliwość wnioskowania statystycznego. Wyniki należy zatem interpretować w kontekście badania eksploracyjnego, ukierunkowanego na identyfikację trendów i problemów systemowych.

BIBLIOGRAFIA

1. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, Official Journal of the European Union L 304/64.
2. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. w sprawie lepszego egzekwowania i unowocześnienia przepisów UE dotyczących ochrony konsumenta (tzw. Dyrektywa Omnibus), Official Journal of the European Union L 328/7.
3. European Commission, Consumer Protection Cooperation Network Annual Report 2023, DOI:10.2838/452167.
4. Kodeks cywilny, Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93, art. 556–576.
5. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r., Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483.
6. Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, Dz.U. 2007 nr 50 poz. 331.
7. Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Dz.U. 2007 nr 50 poz. 331.
8. Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, Dz.U. 2014 poz. 827.
9. UOKiK, Raport roczny UOKiK 2023, <https://uokik.gov.pl/raporty.php> [data dostępu: 2025.10.24].
10. Z. Jurczyk, B. Majewska-Jurczyk, Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej, UE Wrocław 2025. DOI:10.15611/pnue.2015.398.10.

CONSUMER RIGHTS PROTECTION IN POLAND: THE ROLE OF UOKiK

Abstract

The article analyzes the consumer protection system in Poland, with particular emphasis on the role of the Office of Competition and Consumer Protection (UOKiK). The aim of the study is to assess the effectiveness of legal and institutional mechanisms in protecting consumers' interests. The article applies document analysis, including legal acts, court rulings, and UOKiK decisions from 2019–2024. It compares the Polish, French, and EU consumer protection systems, highlighting similarities and differences. The findings indicate the need to strengthen supervision of the digital market and enhance cooperation between national and EU institutions.

KEYWORDS

consumer, UOKiK, consumer protection, European Union, France