

JOGI FÓRUM PUBLIKÁCIÓ

**Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat az online térben,
a Gazdasági Versenyhivatal esetjoga tükrében**

Szerző:

dr. Várvolgyi Csaba

Debrecen, 2022.

Bevezető gondolatok

Az információs társadalom térnyerésével a kereskedelmi szokások is változásnak indultak. A kezdeti szkeptikus hozzáállást - mely szerint az internet az ördög műve ¹- a 21. század vége felé már felváltotta azon kényelemes életmód szülte igény, hogy a termékek és szolgáltatások az otthon melegéből kerüljenek megrendelésre és használatra. Az internet használata során az embert tömegével érik a csalogató, kivételes ajánlatokat tartalmazó reklámok is, melyek a fogyasztók döntését befolyásolhatják. Mindez természetesen a tájékozatlan fogyasztók tekintetében rengeteg veszélyt jelenthet, amennyiben nincs mögötte az állam által, a vállalkozók, szolgáltatókkal szemben lefektetett magatartási szabályok, jogszabályi keretek, melyek féket jelentenek a fogyasztók kihasználása, megtevéstése tekintetében. Mindezek a fogyasztóvédelem részét képezik.

2019-ben, a kínai Vuhan városából kiinduló COVID-9 elnevezésű koronavírusból világjárvány lett, mely az egész világot sújtotta, mind egészségügyi, mind pedig gazdasági szempontból. Utóbbi tekintetében valószínűleg nem kell ecsetelnem, hogy ez milyen változásokat hozott a gazdasági életre, így a kereskedelmi szokásokra is. A vállalatok túlnyomó része átállt a majdhogynem kizárólag távollévők, üzlethelyiségen kívül, azaz az információs társadalom nyújtotta eszközökkel való szerződéskötésre, termékek értékesítésére, kiszállítására, valamint szolgáltatások nyújtására, azok reklámozására, ami még jelenleg is érezteti hatását, mondhatni kényelmes gyakorlattá vált. Mindez magával hozta a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen voltának erősödését és a preventív célok erősebb, messzemenő érvényre juttatását.

A tanulmány célja, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó szabályozás ismertetése mellett rávilágítson arra, hogy az online térben milyen jellegű kihívások gördülnek a fogyasztók, és ezáltal a Gazdasági Versenyhivatal elé, illetve a hivatal milyen, a világhálón megvalósított kereskedelmi gyakorlatok tekintetében állapította meg azok tisztességtelen voltát.

Az első fejezetben általánosságban, történeti kialakulása alapján kerül bemutatásra a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó rendelkezések, majd a hazai szabályozás kerül bemutatásra. Ezt követően az információs társadalommal összefüggő szerződések - így a távollévők közötti szerződések- és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat közötti összefüggések kerülnek részletezésre. Rendelkezek a fogyasztókat megillető jogi garanciákról a távollévők közötti szerződések megkötése kapcsán, mely a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok kivédéseként szolgálnak, szolgálhatnak.

A tanulmány záróakkordjaként a Gazdasági Versenyhivatal kerül röviden bemutatásra, majd az elmúlt évek legjelentősebb, a hivatal által vizsgált ügyek feldolgozása mentén, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok online térben való megvalósulása kerül szemléltetésre.

¹ Pintér Róbert: Úton az információs társadalom felé. <https://vmek.oszk.hu/05400/05433/05433.pdf#page=11> (letöltve: 2022. 11. 14.)

I. fejezet

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról általában

1.) Történeti háttér

Mielőtt részletesen beleásnánk magunkat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának részletszabályaiba, érdemes kicsit visszautazni az időben és bemutatni annak kialakulását nemzetközi szinten. A mai Európai Unió környezetben már nem kérdés, hogy gazdasági és az Unió közös piacának védelme szempontjából kiemelkedő fontosságú a tisztességes verseny fenntartása, azaz a tisztességtelen verseny elleni küzdelem, és annak szabályozása. Ezen szabályokat két nagy csoportra lehet osztani.² Egyrészt van a vállalkozások (így különösen a gyártó és a kereskedő forgalmazó; szállító és gyártó) egymás közötti jogviszonyaira vonatkozó, valamint a vállalkozások és a fogyasztók közötti jogviszonyt szabályozó rendelkezések. Előbbit B2B, azaz „business to business/vállalkozás a vállalkozásnak” elnevezéssel, míg utóbbit B2C, azaz „business to customer/ vállalkozás a vásárlónak” rövidítéssel jelöli a gazdasági nyelvezet. Jelen tanulmány a vállalkozások és a fogyasztók közötti kérdéskört veszi górcső alá a tisztességes piaci magatartás, kereskedelmi gyakorlat tekintetében.

Itt fontos kitérni arra, hogy mit is értünk fogyasztó és mit értünk vállalkozás alatt. A fogyasztó fogalmát a fogyasztóvédelemmel összefüggő jogszabályok túlnyomó többségében megtalálhatjuk. A jelenleg hatályos, a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV törvény (Fgy. tv.) értelmező rendelkezései alapján fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje.³ A vállalkozás ezzel szemben az, aki a fogyasztókat érintő tevékenységet végez önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében.⁴

Az Unió tagállamaiban a tisztességes piaci magatartás, a tisztességes kereskedelmi gyakorlat egymás szinonimájaként léteznek, és részét képezik egy nagyobb területnek, melyet European Unfair

²Schiffner Imola: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat és piaci magatartás <http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=57191> (letöltve: 2022. 11. 14.)

³ Fgy. tv. 2. § a.) pont

⁴ Fgy. tv. 2. § b.) pont

Competition Law-nak hívják⁵. A messzemenő történelmi fejtegetéseket elkerülvén, jelen dolgozat a téma kapcsán kizárólag az uniós szabályozás kialakulását kívánja bemutatni.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat jelen uniós szabályozása az európai politika versenyjogának és fogyasztóvédelmi szabályozásának fejlődésével szorosan összefügg, hiszen a versenyjog részét képezi a tisztességes piaci viszonyok és kereskedelmi magatartások, valamint a fogyasztóvédelem egyik kiemelt sarokpontja a fogyasztók védelme kapcsán, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma. Az uniós versenyszabályozás, versenyjog alapjait az Európai Szén-és Acélközösséget létrehozó, 1952. július 23. napján hatályba lépő Párizsi Szerződésen belül lehet fellelni, melynek 65. cikke tiltott minden olyan megállapodást és gyakorlatot, amelynek célja a verseny normális működésének torzítása lenne⁶. A közös piac - tisztességes - szabályozása közös célkitűzés, azonban érdemes kiemelni, hogy a versenyjoggal szorosan összefüggő fogyasztóvédelmi politika kialakítása egészen az 1970-es évek elejéig nem merült fel célként, így az nem volt része az Európai Gazdasági Közösség alapvető politikájának sem⁷. Változást az 1973-as év hozott, amikor a Bizottság létrehozott egy fogyasztóvédelmi szervezetet, amelynek nyomán fogyasztóvédelmi program megalkotására is sor került. Az Egységes Európai Okmány már egy, a versenyjogtól elkülönült címként kezeli a fogyasztóvédelmet, és a fogyasztók érdekeinek védelmét emeli ki, mint politikai cél⁸, azonban önálló politikává és szabályozási területté csak a Maastrichti Szerződés nyomán vált⁹. Elmondhatjuk tehát, hogy az Európai Unió belső piacának kialakítása magával hozta a piacok egymás közötti nyitottságát, amely alapján a fogyasztók védelme is előtrébe került. Ezen szabályozások tiltják az illegális vagy tisztességtelen üzleti gyakorlatokat és védelmet nyújtanak a fogyasztók számára a hibás termékek, illetve az azok miatt elszenvedett károk ellen.¹⁰

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmának Európai Uniós szinten való, egységes szabályozására egészen 2005. május 11. napjáig kellett várni, ugyanis ezen a napon került elfogadásra a 2005/29/EK irányelv „a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról” (Unfair Commercial Practices

⁵ <http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=57191>

⁶ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:11951K/TXT&from=HU> (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁷ Dr. Zoványi Nikolett: *A fogyasztóvédelem történeti fejlődése és szabályozási elvei* http://www.debrecenijogimuhely.hu/archivum/3_2011/a_fogyasztovedelem_torteneti_fejlodes_e_s_szabalyozasi_elvei/ (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁸ Egységes Európai Okmány 18. cikk <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:11986U/TXT&from=HU>

⁹ Kende Tamás (szerk.) (2016). *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Budapest: Wolters Kluwer Kft.. https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_377_p1#wk41_377_p1
[BibTeX EndNote Mendeley Zotero](https://www.bibTeX.org/EndNote/Mendeley/Zotero) Letöltve: 2022.11.19. (továbbiakban: Kende 2016.)

¹⁰ Szolnoki-Nagy Rita: *Fogyasztóvédelem az Európai Unióban*, Európai Tükör 2014/2. Budapest, 153. o. https://brexit.kormany.hu/download/3/4a/a0000/142074%20EU%20Tukor%202014-02_3.pdf

Directive, továbbiakban: UCP irányelv).¹¹ Ezen másodlagos jogforrás jogharmonizációs célból került elfogadásra, figyelemmel arra, hogy a tagállamok helyenként nagyon eltérően szabályozták a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kérdéskörét. Az UCP irányelv preambulumban rögzíti¹², hogy a fogyasztóknak a termékekkel kapcsolatos üzleti döntéseit közvetlenül befolyásoló kereskedelmi gyakorlatokkal foglalkozik és 5. cikke generálklauzulaként határozza meg, hogy tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot alkalmazni. A „direktíva” mindazon gyakorlatot (mulasztást is) lefed, melyek akadályozzák a fogyasztókat a helyes és eredményes választásban a megfelelő információ hiányában. Személyi hatálya általánosságban a „kereskedőkre”¹³ és a fogyasztókra, tárgyi hatálya pedig az üzleti vállalkozásoknak, a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára terjed ki.¹⁴ Az irányelv 5. cikke alapján tisztességtelen a kereskedelmi gyakorlat, amennyiben az ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja, vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut, vagy aki a címzettje, illetve amennyiben a kereskedelmi gyakorlat egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul, a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását. Ide sorolja továbbá azon kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek valószínűsíthetően csak a fogyasztóknak egy, e kereskedelmi gyakorlattal vagy az annak alapjául szolgáló termékkel szemben szellemi vagy fizikai fogyatékoságuk, koruk vagy hiszékenyséjük miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjának gazdasági magatartását torzíthatják jelentősen és oly módon, hogy azt a kereskedőnek észszerűen előre kellene látnia, az adott csoport átlagtagja szempontjából kell értékelni. A szabályozás külön kiemeli, hogy a kereskedelmi gyakorlat különösen tisztességtelen, ha meghatározott módon megtévesztő, vagy meghatározott módon agresszív.

Az irányelv három szintes szabályozási rendszert épített ki a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartásokkal szembeni fellépés végett.¹⁵ Ahogy fentebb kiemelésre került, generálklauzulaként került rögzítésre, hogy tiltott minden tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ez utóbbi

¹¹ AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2005/29/EK IRÁNYELVE (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról (továbbiakban: UCP irányelv)

¹² UCP irányelv Preambulum (7) bek.

¹³ Ellentétben hazai szabályozással, ami a vállalkozás meghatározást alkalmazza.

¹⁴ Kende 2016. https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_400_p13#wk41_400_p13
BibTeX EndNote Mendeley Zotero

¹⁵ Dr. Szikora Veronika (szerk.) (2016). *Magyar Fogyasztóvédelem-Európai kitekintéssel*. Debrecen: 2010, a Fogyasztók Magyarországi Egyesülete

apostrofolható az első szintként. A második szinten az UCP irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok körét két nagy csoportra osztja. Egyik csoportba a megtévesztő tevékenységek és megtévesztő mulasztások, másik csoportba pedig az agresszív kereskedelmi gyakorlatok (a zaklatás, kényszerítés, és a nem megengedett befolyásolás alkalmazása) sorolandók.¹⁶ Ezen magatartásformák a későbbiekben kerülnek részletezésre.

A jogforrás meghatározza az úgynevezett „magatartási kódex” fogalmát. Ez alapján, a kódex olyan megállapodás vagy szabálygyűjtés, amely meghatározza azon kereskedők magatartását, akik egy vagy több sajátos kereskedelmi gyakorlat vagy üzletág vonatkozásában e kódexet magukra nézve kötelezőnek ismerik el. A magatartási kódex felelőse az a jogalany, ideértve a kereskedőt vagy kereskedők csoportját is, aki, illetve amely felelős a magatartási kódex kidolgozásáért és felülvizsgálataért és/vagy e kódex azon személyek általi betartásának nyomon követéséért, akik azt magukra nézve kötelezőnek ismerik el¹⁷. Mindez alkalmas arra, hogy a vállalkozások (kereskedők) önkéntesen vessék alá magukat az abban foglaltaknak és annak tartalmát betartsák, mind a fogyasztók, mind egymás irányába.

Fontos kiemelni, hogy az UCP irányelv hozta létre a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok „Fekete Listáját”, amely az irányelvhez tartozó I. számú mellékletben található, összesen 31 darab tiltott magatartást felsorolva. Ez, az irányelv preambulumban foglaltak szerint olyan magatartásformák, amelyek minden körülmények között tisztességtelenek¹⁸. Kizárólag ezek azok a kereskedelmi gyakorlatok, amelyeket az UCP irányelvben meghatározottak szerint történő eseti vizsgálat nélkül is tisztességtelennek kell tekinteni. A felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható. Érdeemes megjegyezni, hogy ezen utóbbi kitétel miatt az évek során több bírálat is érte ezen másodlagos uniós jogforrást, melyről külön tanulmányok is készültek¹⁹. A maximum jogharmonizáció elve alapján kialakított „Fekete lista” következménye, hogy a tagállamok keze kötve van, a lista nem bővíthető, csak a UCP irányelv módosítása révén, Uniós jogforrás által. Ebből az következik, hogy a tagállamok az új problémát okozó gyakorlatokat nem tilthatják meg, megakadályozva azt, hogy a

¹⁶ UCP irányelv 2. fejezet 1. szakasz 6-7. cikk.

¹⁷ UCP irányelv 2. cikk f.) pont

¹⁸ UCP irányelv Preambulum (17) bek.

¹⁹ Amszterdami Egyetem Európai Szerződési Jogi Központja (Centre for the Study of European Contract Law), Információs Jogi Intézménye (Institute for Information Law), és Jogi és Gazdasági Központja (Amsterdam Centre for Law and Economics) közös - a fogyasztóknak nyújtott, digitális szolgáltatásokat elemző - kutatásának eredménye. (Analysis of the applicable legal frameworks and suggestions for the contours of a model system of consumer protection in relation to digital content contracts 6. p.)

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4fee0cc7-5f4d-46c5-897b-48844f07f027>
letöltve: 2022. 11. 14.

tagállamok időben reagálhassanak a piac - tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokon keresztül érvényesülő - kihívásaira.²⁰

Jelen címben foglaltakkal összefüggésben érdemes megemlíteni, hogy 2021. december 29. napján az Európai Bizottság kiadott egy Közleményt, mely iránymutatásként szolgál a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához.²¹

2.) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hazai szabályozása

Hazánkban az Unió előtti időszakban is léteztek olyan jogszabályok, melyek a tisztességtelen piaci magatartásokkal, valamint a versenyjoggal összefüggésben rendelkeztek tiltásokkal²², azonban az UCP irányelv implementálására szolgáló, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (továbbiakban: Fttv.) hatályba lépését követően ezen jogszabályok módosításra kerültek és megszületett a hazai implementált, vállalkozásoknak a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatát tiltó, „UCP törvénynek” is becézett joganyag. Az Fttv. indokolása alapján az irányelvet átültető rendelkezések mellett, a már hatályban lévő jogszabályok közül, a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvényben megfogalmazott (Tptv.) általános tilalmak („tilos gazdasági tevékenységet tisztességtelenül folytatni”; „tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni”) kizárólag a vállalkozások egymás közötti (tehát a fogyasztó-vállalkozás viszonylaton túlmutató) ügyleteire nézve lettek irányadók. Ugyanígy kerültek átalakításra a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) megtévesztő reklámozásra vonatkozó rendelkezései is. A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (a továbbiakban: Fgytv.) a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó rendelkezéseinek az irányelv hatálya alá tartozó részét hatályon kívül kellett helyezni²³.

A hazai jogalkotók jó diákhoz méltóan, az Irányelv felépítését, terminológiáját is követve vették át az uniós jogforrás rendelkezéseit, szövegezését fogalommeghatározásait (így különösen kereskedelmi gyakorlat, fogyasztó fogalma). Az úgynevezett „Fekete listát” a jogszabály ugyancsak a részévé tette

²⁰Tarcy Edit Zsuzsanna: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos tapasztalatok 2011. [jesz.ajk.elte.hu/tarczy49.pdf](https://www.jesz.ajk.elte.hu/tarczy49.pdf) (letöltve: 2022. 11. 14.)

²¹A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)&from=HU](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)&from=HU) (letöltve: 2022. 11. 20.)

²²lásd. a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tptv.)

²³Az Fttv. miniszteri indokolása

annak mellékletében. Az Fttv. rendelkezései alapján a fogyasztóval szemben tanúsított kereskedelmi gyakorlat, magatartás három féle esetben lehet jogszabályellenes:

- a.) sérti a generálklauzulát,
- b.) a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív,
- c.) „Feketelistás” magatartás valósul meg²⁴

Az adott kereskedelmi gyakorlat jogszabályba való ütközésének - tisztességtelenségének - vizsgálata a speciálistól a generális szabály felé haladva valósul meg. Első körben azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a „Feketelistán”. Amennyiben igen, úgy a vizsgálat lezárul és a kereskedelmi magatartás mindenre tekintet nélkül - ex lege - tisztességtelennek minősül. Ellenkező esetben azt kell vizsgálni, hogy megtévesztő, vagy az agresszív kereskedelmi gyakorlat ismérvei, feltételei fennállnak-e az adott kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában.

A megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot aktív és passzív magatartással is megvalósulhat.²⁵ Aktívan megtévesztő a kereskedelmi gyakorlat, ha az valótlan információkat tartalmaz, vagy valós tényeket tartalmaz, de ezen valós tények megjelenítése olyan módon történik, hogy az megtéveszti, vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót Fttv. -ben felsorolt valamely körülmény (így különösen: a termék ára, fogyasztó jogai, az áru lényeges jellemzői) tekintetében.²⁶ Aktív megtévesztő kereskedelmi gyakorlat továbbá, amely más vállalkozással, illetve annak cégnevével, árujával, árujelzőjével vagy egyéb megjelölésével való összetévesztésre vezethet.²⁷ Ezzel szemben a passzív megtévesztő kereskedelmi gyakorlat akkor áll fenn, ha a vállalkozás az adott helyzetben, a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki. Elhallgatás esete áll fenn, amikor egyáltalán nem szerepel a tájékoztatásban valami, aminek ott kellene lenni, elrejtésről pedig akkor beszélünk, ha ugyan formálisan az üzenet fellelhető minden elemével együtt az adott tájékoztatásban, csak olvashatatlanul (az a bizonyos apróbetűs rész)

²⁴ Ilyen például: a fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól; az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell.

²⁵ Miskolczi Bordnár Péter: *Fogyasztók megtévesztésével szembeni védelem a pénzügyi szektorban*, Pénzügyi Szemle, 2014/1. 7. oldal (továbbiakban: Miskolczi 2014.)

²⁶ Fttv. 6. § (1)

²⁷ Fttv. 6. § (2)

vagy észlelhetetlenül (például a közlés rövid időtartama vagy más figyelemelterelő körülmény miatt), és így az nem válik a fogyasztó által vett üzenet részévé. Elhallgatás és elrejtés esetén is csak akkor beszélhetünk jogellenességről, ha a hiányzó információ miatt a tájékoztatás más értelmet kap²⁸. Összegezve, a passzív megtévesztésnél a kereskedelmi gyakorlat vagy nem tartalmazza az üzleti döntéshez szükséges információkat, vagy nem megfelelő módon tartalmazza azt, azaz homályos, érthetetlen, félreérthető stb. Kiemelendő, hogy mind a megtévesztés, mind az agresszív kereskedelmi gyakorlat megállapításának feltétele, hogy a fogyasztó a magatartás hatására olyan üzleti döntést hozott, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy a magatartás, kereskedelmi gyakorlat erre alkalmas.

Az Fttv.-ben - és nyilvánvalóan a UCP irányelvben is - szabályozott következő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, az agresszív kereskedelmi gyakorlat. Ez minden esetben aktív, a kereskedő által tanúsított, pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlást feltételez. Bizonyos agresszív magatartások alapvetően megtalálhatóak a „Feketelistán”, így amennyiben ilyen magatartások valósulnak meg, úgy nincs szükség külön vizsgálódásra, a kereskedelmi gyakorlat ex lege tisztességtelennek számít.²⁹ Amennyiben nem az Fttv. mellékletében felsoroltak közül valósul meg kereskedelmi cselekmény, úgy az agresszív kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapításához egyéb körülményeket is vizsgálni kell. Fontos, hogy a magatartás az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas legyen arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet alpból nem hozott volna meg.

Itt szükséges kifejtetni a fogyasztó üzleti döntésének kérdéskörét, fogalmát. Az Fttv. alapvető rendelkezéseiben foglaltak szerint üzleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá, hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.³⁰ A későbbiekben külön bemutatásra kerülő, Gazdasági Versenyhivatal elkülönült döntéshozó fórumaként működő Versenytanácsa meghatározott ügyekben³¹ rámutatott arra, hogy az üzleti döntés mint fogalom szélesebb terjedelmű, a fogyasztó gazdasági döntésének

²⁸ Miskolczi 2014 10. oldal

²⁹ Pszichés nyomásgyakorlás tekintetében „feketelistás” cselekmény: a fogyasztó kifejezetten arról való tájékoztatása, hogy ha nem vásárolja meg az adott árut, veszélybe kerül a vállalkozás vagy alkalmazottja munkája vagy megélhetése. Fizikai nyomásgyakorlásra „feketelistás” példa: olyan benyomás keltése a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg nem köt szerződést.

³⁰ Fttv. 2. § h.)

³¹ 82/2012. VJ,
104/2012. VJ,
44/2013. VJ

polgári jogi fogalmánál, ugyanis nem csak a szerződéskötésre vonatkozó döntés számít üzleti döntésnek jelen téma kapcsán, hanem valamennyi, az áruhoz kapcsolódó gazdasági döntés, így azon döntések is amelyek a szerződés megkötését követően merülnek fel (pl.: elállási jog gyakorlása). Ezen érvelés az Európai Biztonság értelmezésével is összhangban van, mely megjegyezte, hogy a fogyasztó által, a vásárlás mellett hozott döntés akkor is üzleti döntésnek minősül, ha a döntés eredményeként vagy annak meghozatalát követően végül is nem kötötték érvényes szerződés.³²

Amennyiben az adott kereskedelmi gyakorlat sem a „Feketelistán” nem szerepel, és nem lehet a fentieknek megfelelően beazonosítani annak megtévesztő, vagy agresszív voltát, úgy a jogszabályellenesség megállapításának további lehetősége, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat sérti-e az UCP/Fttv.-ben szereplő generálklauzulát. E tekintetben a hatályos jogszabály két konjunktív feltétel fennállását követeli meg: a vállalkozás, illetve az érdekében vagy javára eljáró személy a szakmai gondosság követelményének (nem észszerűen elvárható szakismerettel, vagy jóhiszeműség és tisztesség elvének) megsértésével járjon el és ez alkalmas legyen arra, hogy érzékelhetően rontsa a fogyasztó lehetőségét arra, hogy tájékozott döntést hozzon, és ezzel olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg. A hatályos jogszabály a generálklauzula meghatározásánál a szakmai gondosság követelményének megsértése kapcsán kettő megatartást határoz meg. Az első azon esetkör, amikor a vállalkozó úgy járt el, hogy nem rendelkezik elvárható szaktudással. Számos tevékenység gyakorlásához jogszabály írja elő, hogy meghatározott végzettséggel kell rendelkezni, és bizonyos idejű szakmai gyakorlattal. Jogszabályi követelmény hiányában a kialakult szakmai szokások alapján lehet eldönteni, hogy egy bizonyos típusú termék értékesítőjétől, szolgáltatás nyújtójától milyen szintű szaktudás várható el.³³ Így például kellő szaktudás nélkül egy adott termékről nem állíthatjuk, hogy adott igény kielégítésére alkalmas, és így nem is reklámozhatjuk, értékesíthetjük. A szakmai gondosság másik eleme, a jóhiszeműség és tisztesség elve, amely korrektség, tisztesség objektív követelményét támasztja a vállalkozással szemben. A jóhiszeműség és tisztesség elve egyfajta erkölcsi, etikai alappal bíró követelmény, amely érvényesülni rendeli a megbízhatóságot, azzal, hogy a bizalom a fogyasztó oldalán oly módon jelentkezik, hogy a fogyasztó bízhat abban, a vállalkozás jóhiszemű és tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytat vele kapcsolatban.³⁴ A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat generálklauzula

³² Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez - Zavodnyik József

³³ Szikora 2010 312. oldal

³⁴ 98/2010. VJ

szerinti tisztességtelenségének megállapításához a fentiekén túl közbenső és hátrányos jogkövetkezménynek is meg kell valósulnia. Közbenső jogkövetkezményként a jogszabály előírja, hogy a magatartás érzékelhetően rontsa a fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre. Ideális helyzetben a fogyasztó kellően, észszerűen tájékozottan, a szükséges információk birtokában hozza meg döntését az adott áru, szolgáltatás tekintetében. A vállalkozó akkor jár el tisztességtelenül, ha magatartásával korlátozza a fogyasztó tájékozott döntését és a fogyasztó döntési lehetősége jelentősen romlik. A generálklauzula esetében a kereskedelmi gyakorlat eredménye - hátrányos jogkövetkezménye - ugyanaz, mint a megtévesztő, agresszív kereskedelmi gyakorlat esetében, azaz a vállalkozó magatartásának hatására a fogyasztói magatartás torzul, vagy az arra alkalmas.

II. fejezet

Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdései és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok kapcsolata

1.) *Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokról*

Az online térben (webshopokban) megvalósulásra kerülő kereskedelmi jogügyletek vonatkozásában, a hazai szabályozás kapcsán mindenképpen értekezni kell az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény (továbbiakban: Ekertv.), valamint a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Kormányrendeletben (továbbiakban: Rendelet) lefektetett, így különösen a távollévők között kötött szerződések szabályairól.

Mindenekelőtt tisztázni szükséges az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás, és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás fogalmát. Amennyiben a kettő viszonyát kellene meghatározni, úgy a nem minden rovar bogár, de minden bogár rovar gyermekkori meghatározásból indulhatunk ki. Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás olyan elektronikus úton, távollévők részére, rendszerint ellenszolgáltatás fejében nyújtott szolgáltatás, amelyhez a szolgáltatás igénybe vevője egyedileg fér hozzá. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás pedig olyan információs társadalommal összefüggő szolgáltatás, amelynek célja valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt és az értékpapírt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (együttesen: áru) üzletszerű értékesítése, beszerzése, cseréje vagy más módon történő igénybevétele.³⁵

Az online térben (webshopokban) kötött szerződések az Ekertv. és a Rendelet hatálya alá tartozó távollévők között létrejövő szerződéseknek minősülnek, mely fogalom a hazai joggyakorlat számára nem ismeretlen fogalom. A régi Ptk. 1959-es hatályba lépésétől, egészen annak hatályon kívül helyezéséig a szerződés létrejöttének időpontja körében rögzítette a távollévők között létrejövő szerződés fogalmát.³⁶ A jelenleg hatályos Ptk. nem használja a távollévők közötti szerződés fogalmát,

³⁵ Ekertv. 2. § a.) és f.) pont

³⁶ Régi Ptk. 213. § (1) bekezdésének második fordulata úgy rendelkezett, hogy távollévők között a szerződés akkor jön létre, amikor az elfogadó nyilatkozat az ajánlattevőhöz megérkezik.

azonban rendelkezik róla a kötelek közös szabályainál, a jognyilatkozatok hatályosulása körében, ahol kimondja, hogy a távollévők között tett jognyilatkozat a címzethez való megérkezéssel válik hatályossá.³⁷ Hazai joganyagunkban a fent kiemelt Rendelet értelmező rendelkezései között azonban megtalálható a távollévők között kötött szerződés fogalma.³⁸ Ezen rendelkezés szerint a távollévők között kötött szerződés olyan fogyasztói szerződés, amelyet a szerződés szerinti termék vagy szolgáltatás nyújtására szervezett távértékesítési rendszer keretében a felek egyidejű fizikai jelenléte nélkül úgy kötnek meg, hogy a szerződés megkötése érdekében a szerződő felek kizárólag távollévők közötti kommunikációt lehetővé tévő eszközt alkalmaznak.

2.) A fogyasztókat illető garanciák és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok találkozása

Alapvető kötelezettség a vállalkozások számára - és egyben garancia a fogyasztói oldalon - hogy világosan és közérthető módon tájékoztassák a fogyasztókat, azaz minden információt meg kell adniuk ahhoz, hogy a fogyasztó vásárlóként megalapozott döntéseket tudjon hozni a szállításra, értékesítésre, reklámozásra szánt termékkel összefüggésben.³⁹ A Rendeletben ezen tájékoztatási kötelezettség mibenléte részletes felsorolásra kerül, itt kizárólag a legfontosabbakról ejtenék szót, melyek kiemelt jelentőséggel bírnak az online vásárlás, értékesítés tekintetében. Kiemelendő, hogy a tájékoztatási követelmények szigorúbbak ott, ahol a vállalkozás, kereskedő a tájékoztatást gyakorlatilag vásárlásra való felhívással egybevetve valósítja meg, ami a reklámnál szűkebb kategória.⁴⁰ Ebben az esetben a vállalkozás ugyanis olyan tájékoztatást ad a reklámozott termék tulajdonságairól és áráról, amely alapján a fogyasztó azonnal - vagy rövid eljárás keretében, adott esetben pár kattintással - meghozhatja a vásárlásra irányuló döntését.

2.1.) Az áru lényeges tulajdonságai, jellemzői

Általánosságban kijelenthetjük, hogy a fogyasztónak, mielőtt az internet adta lehetőségeket kihasználva termék megvásárlására adná a fejét, már konkrét elképzelése van arról, hogy mit szeretne vásárolni, az adott árunak milyen tulajdonsággal kell rendelkeznie. Ezzel függ össze azon tájékoztatási kötelezettség, miszerint a vállalkozás, az értékesítésre szánt termék, szolgáltatás

³⁷ Ptk. 6:5. § (2)

³⁸ Rendelet 2. § 10. pont

³⁹ Rendelet 11. § (1)

⁴⁰ https://www.consumerlawready.eu/sites/default/files/2018-03/CLR_Module_4_UCP_HUNGARIAN_WNS_1.pdf 19 oldal (letöltve: 2022. 11. 14.)

lényeges tulajdonságairól köteles teljeskörűen tájékoztatást nyújtani a fogyasztó számára. Ilyen lényeges tulajdonság lehet az adott termék anyaga, összetétele, gyártásának dátuma, márkája, súlya, mérete, funkciója stb. A vállalkozás az adott termékkel kapcsolatos lényeges tulajdonságok elhallgatásával, vagy hamis jellemzők megadásával tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósít meg, hiszen adott szituációban pont az elhallgatott tulajdonság miatt a fogyasztó lehet, hogy nem hozta volna meg az adott döntést. Hipotetikus tényállás, miszerint a fogyasztó megvásárol egy lámpát, melynek búrája a termék weboldalon megjelenített képe alapján műanyag látszatú, azonban annak konkrét anyaga nem kerül feltüntetésre és csak a termék átvételekor derül fény rá, hogy a búra anyaga gipsz jellegű. Ebben az esetben álláspontom szerint a fogyasztó nem volt teljeskörűen tájékoztatva a termék lényeges tulajdonságáról, így a fogyasztó tájékozott döntést nem tudott hozni a termék megvásárlásakor és lehet, hogy ennek ismeretében ezt a döntést nem is hozta volna meg. Ebből a szempontból akár passzív megtévesztésről is beszélhetünk.

2.2.) A termék, szolgáltatás vételára

Tájékoztatási kötelezettség további fontos eleme a termék, vagy szolgáltatás vételárával függ össze. A Rendelet szerint a vállalkozás köteles tájékoztatni a fogyasztót szerződés szerinti termékért vagy szolgáltatásért járó ellenszolgáltatás adóval megnövelt teljes összegéről vagy annak számítási módjáról, valamint az ezen felül felmerülő valamennyi költségről (így különösen a fuvardíjról vagy a postaköltségről), vagy ha e költségeket nem lehet észszerűen előre kiszámítani, annak a ténynek a feltüntetéséről, hogy további költségek merülhetnek fel.⁴¹ Fentiek alapján a vállalkozásoknak a tényleges vételarat kell a vevők tudomására hozniuk. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az áru „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és az áru birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell⁴². Tisztességtelen azon magatartás is álláspontom szerint, ha a vállalkozás állítja, hogy az általuk kínált szolgáltatás ingyenes, holott azért a fogyasztónak fizetnie kell. Erre tökéletes példa a Facebookon közzétett, megkerülhetetlen hirdetések. Ezen közösségi oldalt használva az ember sűrűn találkozhat olyan „kedvező árat” tartalmazó hirdetéssel, weboldallal, ahol a terméket „Free” azaz ingyenes jelzővel látják el, azonban a feltételek részletesebb tanulmányozása után kiderül, hogy a termék „Shipping”

⁴¹ Rendelet 11. § (1) bek. e.)

⁴² https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/tisztességtelen_kereskedelmi_gyakorlat/tisztességtelen_kereskedelmi_gyakorlatok
(letöltve: 2022. 11. 14.)

azaz szállítási díja, az adott termék ismert piaci értékének megfelelő összeg. Így a termék tulajdonjogát valójában nem ingyen szerezzük meg, hanem kifizetjük annak árát, szállítási díj címén. Az ingyenesnek mondott ajánlatokat mindig érdemes alaposan átnézni, és tanácsos gondosan ellenőrizni, pontosan milyen feltételeket kínál az adott vállalkozás a fogyasztóknak. Ugyancsak tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül azon, sajnálatos módon a gyakorlatban is megvalósuló magatartás, amikor az internet használatához kötött szolgáltatás havidíját feltüntetik, azonban a szolgáltató elhallgatja, hogy az online szerződés megkötését követően - melynek során bankkártya adatok megadása is kötelező - az adott szolgáltatás (pl.: videó és egyéb online tartalom elérése) ellenértékeként meghatározott havidíj levonására nem havonta, adott fordulónapon kerül sor, hanem rögtön egy éves időszakra vonatkozó díjat von le a fogyasztótól a vállalkozás.

A termék vételára körében fontos változást, hozott a termékek eladási ára és egységára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet, 2022. május 28. napjától hatályba lépett módosítása. Ezen módosítás alapvetően az úgynevezett „akciózás” és azt visszaélészerűen alkalmazó, tisztességtelen gyakorlat visszaszorítását célozta. A változás a jogszabály 2/A. § (1) és (2) bekezdésében foglaltakat érinti, mely alapján az árcsökkentés bejelentése esetében meg kell jelölni a korábbi, a vállalkozás által az árcsökkentést megelőzően, meghatározott ideig alkalmazott árat. A (2) bekezdés alapján a korábbi ár, a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző harminc nap. Ezen rendelkezés alapján a kedvezményes, akciós ár megjelenésétől kezdve fel kell tüntetni a korábbi árat is, amely az akció előtti legalább 30 napos időszakban alkalmazott legalacsonyabb ár.⁴³

2.3.) A vállalkozásra vonatkozó adatok

Az internetes vásárlások egyik alapvetője problémájaként szokták aposztrofálni a bizalmatlanságot. A fogyasztó nem testközelből „találkozik” a terméket, szolgáltatást értékesítő vállalkozással, amely valóban bizalmatlanságra adhat alapot főleg akkor, ha egy, a fogyasztó által nem ismert cég (mint például a Media Markt, vagy Nike, Adidas és annak webshopja) kínálja értékesítésre és/vagy szállításra a megvásárolni kívánt terméket. Ezt belátva az uniós és a hazai jogszabályok (így a Rendelet is) előírja, hogy a vállalkozások kötelesek tájékoztatni a fogyasztókat a vállalkozás székhelyének postai

⁴³ <https://park.szamlazz.hu/viszlat-akciok-az-arfeltuntetes-szabalyai-reszletesen/> (letöltve: 2022. 11. 14.)

címéről, és - ha azzal rendelkezik - a telefonszámáról, a telefaxszámáról és az elektronikus levelezési címéről, továbbá annak a vállalkozásnak a nevééről és postai címéről, akinek a nevében eljár; a vállalkozás üzleti tevékenysége helyének postai címéről, és annak a vállalkozásnak a postai címéről, akinek a nevében eljár, akihez a fogyasztó a panaszait címezheti, ha e cím az előzőek szerint megadott címtől eltér. A vállalkozás, a webáruházuk honlapján kötelesek feltüntetni azon adatokat, amelyek a fogyasztók számára szükséges ahhoz, hogy kérelmeiket, panaszait, kérdéseiket előadhassák. Minden esetben kötelező az e-mail cím, adószám, cégjegyzékszám, tárhelyszolgáltató kilétének feltüntetése. Mindennek hitelesnek kell lennie, a fogyasztó bizalmának megteremtése a vállalkozás sikerességének egyik legfontosabb eleme. E tekintetben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat valósul meg, ha egy vállalkozás, olyan kereskedelmi gyakorlatot folytat, amely más vállalkozással, illetve annak cégnevével, árujával, árujelzőjével vagy egyéb megjelölésével való összetévesztésre vezethet. Ilyen eset áll fenn, ha egy webes felületen a weboldalhoz tartozó vállalkozás valamely nagy nevű márkanév (pl.: Nike) hivatalos magyarországi forgalmazójának adja ki magát, holott ilyen kapcsolatban nem áll a céggel.

2.4.) Az elállási jog

Fontos garancia a távollévők között létrejött szerződések szempontjából a fogyasztókra nézve a Rendeletben meghatározott elállási jog, melyet a fogyasztó a termék adásvételére irányuló szerződés esetén annak átvételétől; szolgáltatás nyújtására irányuló szerződés esetében a szerződés megkötésének napjától számított tizennégy napon belül gyakorolhatja. Ezen fogyasztói jogról a vállalkozás köteles tájékoztatást adni, ellenkező esetben az elállási határidő 12 hónappal meghosszabbodik. ⁴⁴ Fontos, hogy a visszaküldéssel kapcsolatos költségek nem a vállalkozást, hanem a fogyasztót terheli, így érdemes messzemenően tájékozódni a megvásárolni kívánt árurol, mielőtt megrendelésre kerülne a sor.

⁴⁴ Rendelet 21. §

III. fejezet

A Gazdasági Versenyhivatal és annak tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával összefüggő gyakorlata

1.) *A Gazdasági Versenyhivatal a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma tükrében*

Jelen tanulmány témáját tekintve nem elhanyagolható a Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) a verseny tisztaságának biztosítása érdekében betöltött, fogyasztóvédelmi szerepe. A GVH autonóm központi államigazgatási szerv, melyet az Országgyűlés hozott létre a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló 1990. évi LXXXVI. törvény elfogadásával. A hivatal a törvény hatályba lépésével egyidejűleg, 1991. január 1-jén kezdte meg működését. A versenyellenes magatartások tilalmának törvénybe iktatását és a szabályok betartása felett őrködő GVH létrehozását a gazdasági hatékonyságot kényszerítő piaci verseny szabadságának és tisztaságának védelme motiválta.⁴⁵ Az autonómia a Kormánytól való távolságot biztosítja, amely a GVH esetében azért szükséges, mert bár a versenypolitika a kormányzati gazdaságpolitika része, annak érvényesítése kormányoktól független elvek mentén kell hogy történjék.⁴⁶ A GVH az alábbi hatáskörökkel rendelkezik: üzletfelek nem reklámban megvalósuló megtévesztésének utólagos vizsgálata, versenykorlátozó megállapodások utólagos vizsgálata, erőfölénnyel való visszaélés utólagos vizsgálata, kartellek felderítése, engedélyköteles vállalkozások közötti összefonódások előzetes engedélyezése, engedély nélküli összefonódások utólagos értékelése, a jelentős piaci erővel rendelkező kereskedő beszállítóval szembeni nem élelmiszerrel érintő visszaélése, az üzletfeleket megtévesztő reklámmal és a jogellenes összehasonlító reklámmal, valamint a témánk kapcsán jelentős, a fentiekben már részletezett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal szembeni fellépés.

A GVH élén a miniszterelnök javaslata alapján, a köztársasági elnök által hat évre kinevezett elnök áll, akinek munkáját két elnökhelyettes és a főtitkár segíti. A kinevezéssel egyidejűleg a köztársasági

⁴⁵ https://www.gvh.hu/gvh/2349_hu_a_hivatal_feladata (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁴⁶ Lapsánszky András (szerk.) (2016). *Közigazgatási jog II.*. Budapest: Wolters Kluwer Kft..
https://mersz.hu/hivatkozas/wk51_50_p1#wk51_50_p1
[BibTeX](#) [EndNote](#) [Mendeley](#) [Zotero](#) Letöltve: 2022.11.14. (továbbikában: Lapsánszky 2016.)

elnök az elnökhelyettesek egyikét megbízza a Versenytanács elnöki teendőinek ellátásával, míg a másik (általános) elnökhelyettes feladata a szakmai irodák irányítása és felügyelete. A szakmai irodák közül a versenyt érdemben érintő, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmával, továbbá a jogsértő összehasonlító reklám tilalmával, valamint az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmával kapcsolatos egyes panaszok, valamint a bejelentések intézését, illetve a vizsgálatok lefolytatását a Fogyasztóvédelmi Iroda végzi.⁴⁷

Az Fttv. rendelkezései szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, a törvényben meghatározott kivételeket leszámítva. Ezen kormányhivatalok égisze alatt működő fórumok mellett a pénzügyi közvetítőrendszer felügyeletével kapcsolatos feladatkörében eljáró Magyar Nemzeti Bank is eljár, ha az érintett kereskedelmi gyakorlat a vállalkozás olyan tevékenységével függ össze, amelyet az MNB felügyel. GVH az Fttv. rendelkezései szerint azon tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok kapcsán jár el, amely a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, kivéve, ha a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kizárólag a terméken, annak csomagolásán vagy a termékhez egyéb módon rögzítve, illetve a termékhez adott használati és kezelési útmutatóban vagy jótállási jegyben jelenik meg.⁴⁸

A GVH eljárása alapvetően a verseny tisztaságának fenntartását célozza, azonban ez, ahogy arra fentebb is utaltam, szorosan kapcsolódhat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának orvoslásához. Ezen eljárások konkrét sérelmek, fogyasztói jelzések alapján indulnak meg, és a fogyasztók érdekeltsége itt általában közvetlenül megfogható, az érdeksérelem könnyebben számszerűsíthető.⁴⁹

A GVH antitröszt- és fogyasztóvédelmi tevékenysége egymást kiegészítve szolgálja a fogyasztók érdekeit: a verseny teszi lehetővé, hogy a fogyasztók a lehető legtöbb opció közül választhassanak. A fogyasztók azonban nem tudják a verseny kínálta előnyöket élvezni, ha - megfelelő információ és kellő fogyasztói tudatosság hiányában - nem a számukra legjobbat választják ki a verseny kínálta alternatívák közül. Ily módon a verseny szabadságának és a fogyasztói döntés szabadságának védelme kölcsönösen feltételezi egymást. A GVH fogyasztóvédelmi tevékenysége elsősorban a piacok keresleti oldalára koncentrál: célja, hogy a fogyasztói magatartásra gyakorolt kínálati oldali kommunikációs

⁴⁷ https://www.gvh.hu/gvh/gvh_jogallasa_szervezete/2359_hu_a_hivatal_jogallasa_szervezete (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁴⁸ Fttv. 10. § (3)-(4)

⁴⁹ Juhász Miklós: A fogyasztóvédelem szerepe a Gazdasági Versenyhivatal tevékenységében, Versenytükrök XI. évfolyam Különszám 2015. 90. oldal

tevékenység vizsgálatával biztosítsa a tudatos fogyasztói döntés feltételeit, vagyis védje a fogyasztói döntés szabadságát. Amennyiben egy piac fogyasztóinak jelentős részéről megállapítható, hogy döntéseiket egy vállalkozás tisztességtelenül befolyásolja, illetve a fogyasztókat olyan döntés meghozatalára készíti, amelyet a fogyasztók egyébként nem hoztak volna meg, a fogyasztók torzított döntései miatt a piac folyamatai, a versenyfolyamatok is torzulhatnak.⁵⁰

Ahogy az már fentebb említésre került a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, kivéve, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az érdemi érintettséget az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, illetve az érintett vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján határozza meg, azonban négy esetben a verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll az adott kereskedelmi gyakorlat esetén:

- ha országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
- ha országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, ha a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- ha az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.⁵¹

A GVH álláspontja szerint, az Internet, és a közösségi vagy megosztó oldalak pl. Facebook, Instagram vagy YouTube nem tekinthető automatikusan, egyértelműen országos médiumnak, ugyanis több körülmény mérlegelése szükséges ahhoz, hogy egy-egy honlapon, megosztó vagy közösségi oldalon megjelenő kommunikáció esetében a verseny érdemi érintettsége megállapítható legyen.

⁵⁰ https://gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2014&inline=true 41. oldal (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁵¹ https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/mikor_forduljon_a_gvh-hoz/tisztességtelen_kereskedelmi_gyakorlatok (letöltve: 2022. 11. 14.)

2.) A GVH eljárására vonatkozó szabályok

A GVH hatáskörébe tartozó versenyszabályokban tilalmazott piaci magatartások, valamint az egyéb törvények alapján a hatáskörébe tartozó jogsértés (így tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat) feltételezett megvalósulása esetén hivatalból rendel el vizsgálatot. Az elrendelésére okot adó magatartást a GVH maga is észlelheti, de panasz vagy bejelentés benyújtásával is tudomásukra juthat. Itt fontos kiemelni, hogy panasz, illetve bejelentés benyújtása nem eredményezi automatikusan versenyfelügyeleti eljárás megindítását. A GVH abban az esetben rendeli el a vizsgálatot, ha az észlelt tevékenység, magatartás vagy állapot a Tptv. rendelkezéseit vagy uniós szabályt sérthet, az eljárás lefolytatása a GVH hatáskörébe tartozik és a közérdek védelme szükségessé teszi a hivatal fellépését. A hatóság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt induló ügyekben három hónap alatt hoz döntést, mely indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. Az ügyek érdemében hozott határozatában az eljáró versenytanács: megállapíthatja a jogsértés megtörténtét, elrendelheti a törvénybe ütköző állapot megszüntetését, megtilthatja a jogsértő magatartás további folytatását, kötelezettség teljesítését írhatja elő annak a vállalkozásnak, amelynek jogsértő magatartását megállapította, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat vagy az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult ügyekben a megtévesztésre alkalmas tájékoztatással kapcsolatban elrendelheti helyreigazító nyilatkozat közzétételét. A GVH bírság kiszabásáról is rendelkezhet, illetve annak kiszabása helyett figyelmeztetést alkalmazhat a kis- és középvállalkozásokkal szemben, vagy megállapíthatja, hogy a magatartás nem ütközik törvénybe.

Fogyasztóvédelmi szempontból bír jelentőséggel, a kötelezettségvállalás intézménye. Ennek során az eljárás alá vont vállalkozás önként vállalja, hogy összhangba hozza magatartását a jogszabályokkal. Amennyiben ez megtörténik és a közérdek hatékony védelme ily módon biztosítható, akkor az eljáró versenytanács határozattal az eljárás egyidejű lezárásával a vállalat teljesítését kötelezővé teszi anélkül, hogy kimondaná a jogsértés megtörténtét.⁵²

⁵² Tptv. 75. § (1)

3.) GVH gyakorlata a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma tükrében az online térben

A Gazdasági Versenyhivatal az Országgyűlés számára 2017-ben elkészített beszámolójában kiemelte, hogy „...a digitális világban a látens, illetve a fogyasztók számára nem szembetűnő sérelmek aránya valószínűsíthetően igen magas. Ezen a területen ugyanis éles információs aszimmetria figyelhető meg, különös tekintettel magára az információs zajra, a technológiai fejlődés dinamikájára, az igénybe vett szolgáltatások gyorsaságára, összetettségére is, amely jellemzők a sérelem fogyasztó általi beazonosítását is megnehezítik.”⁵³ Nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy az internet adta lehetőségek biztonságos használata és a verseny egyensúlya végett, kiemelt figyelmet kell szentelni a fogyasztók védelmére az online térben.

A Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat (CPC) tagjai, köztük a Gazdasági Versenyhivatal által is, 2020-ban, 26 országban tartott egyidejű, átfogó vizsgálatsorozat, mely 560 e-kereskedelmi honlapot érintett elemzés szempontjából.⁵⁴ Az átvilágítás feltárta, hogy online vásárláskor az árakról és az árengedményekről a fogyasztó sokszor hiányos információt kap. A vizsgált weboldalak mintegy 60%-ánál derült fény az uniós fogyasztóvédelmi szabályok be nem tartására, elsősorban az árakat és az akciós ajánlatokat tekintve. Az árengedményeket kínáló honlapok több mint 31%-a esetében gyanítható, hogy az akciós ajánlatok nem valósak, vagy nem egyértelmű a kedvezményes ár kiszámításának módja. Az 560 vizsgált webshopból 211-nél a fizetéskor összesített végső ár magasabb volt, mint az eredetileg kínált ár. A kereskedők 39%-a nem nyújtott megfelelő tájékoztatást a kézbesítésről, a fizetési módokról, a foglalási díjakhoz vagy egyéb tényezőkhöz kapcsolódó, elkerülhetetlen többletköltségekről. Az ellenőrzött weboldalak 59%-a esetében megállapítható volt, hogy a kereskedők megsértették azon jogi kötelezettségüket, hogy az Európai Bizottság online vitarendezési platformja oldalára vezető, könnyen elérhető linket tüntessenek fel. A weboldalak csaknem 30%-a esetében találtak szabálytalanságokat a fogyasztók elállási jogáról történő tájékoztatással összefüggésben. A vizsgálatot követően a GVH fokozott figyelemre intette a fogyasztókat az online jegyvásárlásoknál és egyúttal felszólította az online jegyértékesítéssel

⁵³ https://gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2017&inline=true 52. oldal (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁵⁴ https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenylek/2019_es_sajtokozlemenylek/nagyszabasu_nemzetkozi_atvilagitas_alapjan_eur_opa (letöltve: 2022. 11. 14.)

foglalkozó vállalkozásokat, hogy törekedjenek a fogyasztók számára érthető, átlátható és pontos tájékoztatásra az általuk kínált termékek és szolgáltatások díjaival, azok összetevőivel kapcsolatban. Egyúttal számos olyan körülményt felsorolt közleményében, melyek - a vizsgálat tapasztalatai alapján - akadályozhatják a fogyasztók tájékozott döntéshozatalának folyamatát az online vásárlások során.

A GVH - figyelemmel azon tényre is, miszerint a pandémia az online vásárlások számának növekedését hozta magával, mely az online kereskedelmet érintő panaszok számának növekedését is okozta - ⁵⁵, az elmúlt években fokozott hangsúlyt fektet a fogyasztóvédelmi ügyek területén az online térben elkövetett jogsértések feltárására és orvoslására. A digitális gazdaság térnyerésével a GVH eljárásai is egyre több ágazatban tevékenykedő vállalkozást érintenek függetlenül attól, hogy a vállalkozás hazai székhelyű cég, vagy egy nemzetközi gazdasági társaság.⁵⁶

Az elmúlt években a GVH már számos eljárást indított és zárt le eredményesen különböző vállalkozásokkal szemben, melyek magatartásukkal megvalósították a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot a világhálón. Az alábbiakban - magatartás típusokként differenciálva - ezek közül kerül bemutatásra pár eset.

3.1.) Agresszív kereskedelmi gyakorlat:

Biztosan többen használtuk már a www.booking.com weboldalt, mellyel kényelmesen és gyorsan lehet, igényünknek megfelelően szállást találni. A GVH megállapította, hogy ezen weboldalt üzemeltető vállalkozás (Booking.com B.V.) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg az alábbi gyakorlattal. A Booking honlapján és mobilalkalmazásában elérhető szálláshely-ajánlatokkal összefüggésben a szálláskeresési és -foglалási folyamat minden egyes lépésénél figyelemfelhívó (feltűnő színű, betűméretű vagy egyéb kiemeléssel megjelenített) sürgető tájékoztatásokat tett közzé (pl. „Még 32-en nézik”; „Egyvalaki épp azt fontolgatja, hogy ezen a szálláson foglal”, „Nagyon keresett! Az elmúlt 24 órában 17-szer foglaltak itt” stb.), amelyek azt a látszatot keltik a fogyasztó számára, hogy az általa is keresett szálláshely nagy népszerűségnek örvend, és korlátozottan elérhető. Ez a gyakorlat pszichés nyomásgyakorlásra alkalmas, és megzavarja a fogyasztó döntéshozatali folyamatát. A hasonló üzenetek tudat alatt is olyan érzelmeket, félelmet váltanak ki a fogyasztókból, hogy ha nem foglalják le mielőbb a szálláshelyet, lemaradhatnak róla. Mindez torzítja a fogyasztó

⁵⁵ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2021.pdf1&inline=true
(letöltve: 2022. november 14.)

⁵⁶ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2020&inline=true
(letöltve: 2022. november 14.)

üzleti döntését.⁵⁷ A jogsértést a Booking.com 2015. június 1. napja óta folytatta. A GVH a Booking.com B.V. vállalkozást 2.500.000.000 Ft bírsággal sújtotta és eltiltotta fenti gyakorlat tanúsításától.

Az Alza.hu Kft. és az Alza.cz a.s. 2016. szeptember 1. óta olyan tájékoztatásokat tett közzé, a www.alza.hu weboldalon népszerűsített egyes termékeknél, mint például: „Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt”, „A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket”, „Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket”. A GVH álláspontja szerint ezen állítások alkalmasak olyan pszichés nyomásgyakorlásra, amely a döntési folyamat zavarásával jelentősen korlátozhatja a fogyasztó választási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára az érintett áruval kapcsolatosan. A határozat indokolása szerint: „ezen állítások szövegezésük tartalma és vizuális megjelenítésük összehatása révén pszichés nyomásgyakorlás kifejtésére alkalmas módon sürgették a fogyasztót a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában, továbbá egyes tájékoztatások által közvetített üzenet - figyelemmel a megjelenés egyéb körülményeire is - nem felelt meg a valóságnak az egyes termékek fogyasztók közötti népszerűsége vonatkozásában, valamint egyes állítások üzenete nem felelt meg a valóságnak a magyarországi fogyasztók tekintetében, amely magatartások a fogyasztói döntéseket torzíthatták.”⁵⁸ Ezen sürgető üzenetekben bemutatott adatokat nagyrészt nem támasztották alá a számítási módszerek: a „Jelenleg X ügyfél érdeklődik” üzenet például nem az adott pillanatban ténylegesen érdeklődők számát, hanem a vállalkozáscsoport összeurópai, elmúlt teljes napi megjelenítéseit mutatta. Az Alza.hu Kft.-re és anyacégére, az Alza.cz a.s.-re versenyhatóság versenytanácsa 40 millió forint bírságot szabott ki a jogsértésért.⁵⁹

Ugyancsak kiemelendő, a Gazdasági Versenyhivatal Viagogo, globális jegyértékesítő platform működtetőivel szemben folytatott eljárása, melynek nyomán a Versenyhivatal közel félmilliárdos bírságot szabott ki. A vizsgálódás 2019 vége óta volt folyamatban, mivel a magyar fogyasztóktól számos panasz érkezett a szolgáltatással kapcsolatban. A 2021. végén lezárult eljárás megállapította, hogy a Viagogo portál több szempontból is tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a fogyasztókkal szemben. A Viagogo platformja a felhasználóit a fizetendő vételárról és az átváltási árfolyamról időszerűtlenül tájékoztatta, mivel a vásárlás folyamata során a jegyárakra számtalan további, egymást részben átfedő tétel rakódott, amelyekkel a fogyasztók csepegtetve, zavaros módon

⁵⁷ Vj/17/2018/110.

⁵⁸ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-162020177 (letöltve: 2022. november 14.)

⁵⁹ VJ/16/2020.

szembesülhettek. Kiemelendő, hogy a ténylegesen alkalmazott devizaátváltási árfolyam bizonyos esetekben csak akkor derült ki a felhasználók számára, amikor a szolgáltató megterhelte bankkártyájukat a végösszeggel. A portál a jegyvásárlás során folyamatosan sürgető üzenetekkel helyezte pszichés nyomás alá a fogyasztókat (pl. „Már csak 2 perc 17 másodperc maradt a vásárlás befejezésére. Ezután az árak emelkedhetnek vagy lehet, hogy ezek a jegyek már nem lesznek elérhetőek.”). A határozat indokolása alapján ezen módszer jogellenes, agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősül, mivel megzavarja a nyugodt és megfontolt döntési folyamatot. A nemzeti versenyhatóság versenytanácsa 472 milliós versenyfelügyeleti bírságot rótt ki a platform üzemeltetőjére, a svájci székhelyű Viagogo AG-ra.⁶⁰

3.2.) Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

A COVID-19 járványra való tekintettel megnőtt a fogyasztói érdeklődés az online értékesítési csatornákon a vírus elleni védekezést segítő termékek (pl. védőmaszkok, kézfertőtlenítők) iránt. A GVH ezen helyzetre reagálva gyorsan, általános jellegű rálátást szerzett a jelenleg alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, amelyek - amennyiben arra szükség mutatkozik - megalapozhatják esetleges versenyfelügyeleti eljárások megindítását. A 2020. március 19-20-án lefolytatott ún. sweep vizsgálat során a Versenyhivatal több kifogásolható gyakorlatot azonosított. Több webáruház például „vírusölő”, „vírusellenes”, „járványok idején javasolt”, „tüdőgyulladás ellen hatékony”, „egészségügyi dolgozók részére készült” jelzővel illetve termékeit, vagy különös hatékonyságra utalt (pl. „hatékonyan megelőzhetőek vele a fertőzések, baktériumölő, gombaölő és tuberkulózis-ölő hatással rendelkezik”). Azonban nagy a valószínűsége, hogy ezen állítások nincsenek megfelelő kutatásokkal alátámasztva, élelmiszernek minősülő termékeknél pedig a gyógyhatás állítása tilos. Egyes oldalak orvosnak látszó személyeket jelenítenek meg („dr. XY ajánlásával”, „hatóanyag-szakértő ajánlásával”), akik ugyanakkor nem valósak vagy nem rendelkeznek orvosi diplomával. A hatóság néhány esetben a termékek egyedülállóságát hangsúlyozó, megkérdőjelezhető állítással találkozott (pl. „a világon elsőként”, „a leghatékonyabb megelőző lépés neked és szeretteidnek”). Az átlagos fogyasztók megvezetése még inkább előtérbe kerülhet jelen helyzetben, hiszen egyes vállalkozások

⁶⁰ <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2021-es-sajtokozlemenyek/csaknem-felmilliardos-birsagot-rott-ki-a-versenyhivatal-a-viagogo-ra>
(letöltve: 2022. 11. 14.)

ebben a szituációban is a profit maximalizására törekednek, nem számolva annak következményeivel.⁶¹

Előfordul, hogy a cégek „gyógyító” hatásúként, vagy egészséget megőrzőként hirdetnek egy terméket, melyről utóbb - a GVH eljárása alapján - kiderül, hogy nem rendelkezik az ígért hatással. A GVH a megtévesztést olyan esetekben is megállapította, amikor a vállalkozás valamely orvosi szaktekintély, vagy kamara, orvosi csoport ajánlásával hirdette a termékét. A GVH a versenyfelügyeleti eljárásban⁶² megállapította, hogy a Spártai Vitamin Kft., 2014 márciusától tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a Spártai Vitamin termékcsalád népszerűsítésére szolgáló kommunikációiban a termékcsalád vonatkozásában „xy” orvos ajánlására vonatkozó állítást alkalmazott; „100%-ban természetes” jelzót, illetve a „100% natural” felirattal ellátott zöld piktogramot tüntetett fel, továbbá a 100% jelző eltávolítása után más, a természetes eredetet hangsúlyozó kifejezéseket alkalmazott, azonban a termékek 100%-ban természetes voltát igazolni nem tudta. Az eljáró versenytanács a fenti magatartásért 2 millió Ft bírságot szabott ki, továbbá eltiltotta a magatartás további folytatásától a gazdasági társaságot.

Megtévesztő kereskedelmi magatartások tekintetében érdemes kiemelni azon gyakorlatot, mely során vállalkozások akár az online, akár más térben „kiemelkedő”, „egyedülálló”, a „legjobb”, „az egyetlen” jelzővel illeti az általa nyújtott szolgáltatást, vagy gyártott, fogalmazott terméket, vagy magát a vállalkozást. Ilyen gyakorlat alkalmazása miatt indított eljárást a GVH a 2019-ben években a Magyar Telekom Nyrt.-vel szemben.⁶³ A Hivatal versenyfelügyeleti eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a Magyar Telekom Nyrt. által kereskedelmi kommunikációin 2018 novemberétől alkalmazott állításai, mellyel az „ország legjobb mobilhálózataként” jellemezte hálózatát, megfelelően alátámasztottak-e. A tényállás szerint a cég weboldalának felső menüsora alatt közvetlenül egy - a vizsgált állítást nem tartalmazó - videó volt látható, mellette pedig egy szövegrészlet, melyben a Magyar Telekom Nyrt. „az ország legjobb mobilhálózata” jelzót használta saját magára tekintettel. A GVH álláspontja szerint az, hogy egy hálózat hova rangsorolódik a versenytársi hálózatokhoz képest, az áru, azaz a hálózaton nyújtott mobil szolgáltatások lényeges jellemzőjének tekinthető. Így amikor a Magyar Telekom Nyrt. azt az állítást tette közzé, miszerint övé „az ország legjobb mobilhálózata”, hálózatának lényeges jellemzője tekintetében alkalmazott állítást, melyet a fogyasztók

⁶¹ <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2020-as-sajtokozlemenyek/a-gvh-koronavirus-elleni-termekek-internetes-arusitasat-vizsgalta> (letöltve: 2022. 11.14.)

⁶² VJ/68/2015.

⁶³ VJ/13/2019.

értelemszerűen kivetítenek a hálózaton nyújtott internet és hangszolgáltatásokra is. Erre tekintettel megállapította, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztókkal szemben megtévesztő magatartást tanúsított.

A nemzeti versenyhatóság megállapította, hogy a Reckitt Benckiser Kft., az általa forgalmazott Dettol termékcsaládba tartozó antibakteriális felülettisztító spray-k és kendők, kézfertőtlenítők és szappanok, mint termékek népszerűsítésekor megtévesztette a fogyasztókat. A cég, az „Elpusztítja a baktériumok 99,9%-át és inaktíválja a vírusokat”, „Víz nélkül pusztítja el a kórokozók 99,9%-át”, mint reklámszövegek, állítások valóságtartalmát, azaz a termékek ezen hatását az eljárás során csak a baktériumok vonatkozásában tudta elfogadhatóan igazolni. Külön jogsértőnek bizonyult annak módja is, ahogyan a termékeket a vállalkozás a Heim Pál Gyermekkorház logójával és ajánlásával népszerűsítette. A vállalkozás, a kórház logóját és a „Heim Pál Gyermekkorház ajánlásával” szlogent a felek között létrejött megállapodás alapján használhatta, azonban a feltártak nem támasztották alá, hogy a termékek ajánlása szakmai ellenőrzést vagy vizsgálatot követően, megalapozott szempontok alapján történt, ahogyan egy átlagos fogyasztó gondolhatta, így a logó és szlogen megtévesztő üzenetet közvetített a vásárlók felé. A tisztességtelen gyakorlatokért a GVH Versenytanácsa 147 millió forint versenyfelügyeleti bírságot rótt ki a Reckitt Benckiser Kft.-re.⁶⁴

A GVH 2021. évben hozott, nagy horderejű döntésében az Extreme Digital-eMAG Kft.-t 200.000.000,- Ft bírsággal sújtotta az alábbiak okán. A GVH megállapította, hogy az Extreme Digital-eMAG Kft. 2019 áprilisától tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor nem megfelelő szakmai gondossággal alakította ki, illetve nem megfelelően ellenőrizte a www.emag.hu oldalon az egyes akciók feltételeit, a kedvezményrendszert, az árfeltüntetési, kedvezményfeltüntetési gyakorlatát, illetve ezeknek a rendszerét.⁶⁵ 2021. ősze során az Extreme Digital-eMAG Kft., „Glamour-napok” és a „Black Friday” kampánnyal összefüggésben tett akcióival összefüggésben ismételten megszorodó számban érkezett panaszok, jelzések, amelyek a vállalkozás árkiakítási gyakorlatát és készletezését sérelmezték, de a nagyobb kampányoktól függetlenül is több esetben sérelmezték a vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlata kapcsán a szállítási határidőket, a termékek minőséget, illetve az elállási jog gyakorlását.⁶⁶

⁶⁴ <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2021-es-sajtokozlemenyek/a-jarvany-alatt-megtevesztoen-arult-fertotlenitotermekek-miatt-birsagolt-a-versenyhivatal>

(letöltve: 2022. november 14.)

⁶⁵ Vj/50/2018/148.

⁶⁶ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2021.pdf1&inline=true

(letöltve: 2022. november 14.)

Az online „piactér” egyik meghatározó időszakaként aposztrofálható, az Egyesült Államokból származó „Black Friday”, mely a karácsonyi bevásárlási szezon kezdetét jelenti, hatalmas akciókat, kedvezményeket ígérve a vásárlók részére. Magyarországon 2014. november 28. napján tartották meg először.⁶⁷ Egy versenyfelügyeleti eljárás keretében a GVH megállapította, hogy az Alza.hu Kft. (Alza) és az Alza.cz a.s. jogsértő módon reklámozta a „Black Friday” kampányát és 862.000.000 Ft versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte az eljárás alá vontakat.⁶⁸ Az eljárásban a GVH azt vizsgálta, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósítottak-e meg a fogyasztókkal szemben az eljárás alá vontak, amikor „akár 80%-os” kedvezményeket ígértek, holott a kimagasló mértékű kedvezmény csupán a kedvezménnyel érintett termékek elenyésző részét és atipikus körét érintette. A vizsgálat eredményeként meghozott határozat⁶⁹ szerint a 80%-os árkedvezmény csupán azon termékekre vonatkozott, amelyek nem a reklámkampányban vizuálisan megjelenített, vagy ahhoz hasonló árucikkek voltak (elsősorban elektronikai és háztartási gépek). Csak 10-20 termék vonatkozásában volt elérhető a 80 %-os árkedvezmény, ami messze elmaradt az akár állítások kapcsán a GVH gyakorlatában kikristályosodott 10%-os küszöbértéktől (a teljes termékkínálat 80.000 termék volt).

⁶⁷ [https://hu.wikipedia.org/wiki/Fekete_p%C3%A9ntek_\(v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%A1s\)](https://hu.wikipedia.org/wiki/Fekete_p%C3%A9ntek_(v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%A1s))
(letöltve: 2022. november 14.)

⁶⁸ https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2020&inline=true
(letöltve: 2022. november 14.)

⁶⁹ Vj-39/2018/151

Összegző gondolatok

A Nielsen⁷⁰ piackutató szervezet becslése szerint 2022-re az európai országok az európai a napi fogyasztási cikkek elektronikus kereskedelmének éves értékbeli összfordalma 400 milliárd dollárt tesz majd ki. Az európai vásárlók immár több mint negyede (26%) él az online e-kereskedelem lehetőségeivel. Magyarországon a teljes online piac vásárlóinak aránya 26%, további 8% pedig tervezi a jövőbeli internetes vásárlást. A személyes higiéniai termékek vásárlói körében ez 27% és 6%, élelmiszer esetén 10% és 5%.⁷¹ A jelenlegi vírushelyzetre tekintettel akár 34-35%-os bővülést is jelenthet az áprilisi-júniusi időszakban az e-kereskedelem vásárlói tekintetében.⁷²

Mindez alátámasztja azon bevezetőmben tett feltevést, miszerint az online vásárlás térnyerésével a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmának kiszűrése és kezelése is ezen a vonalon nyer teret. A Gazdasági Versenyhivatal az Országgyűlés számára, az elmúlt években készített beszámolója is azt tükrözi, hogy a világ és a kereskedelmi szokások változásával folyamatosan tartani kell a „versenyt” a vizsgálatok elvégzése, eljárások lefolytatása tekintetében.

A weboldalak fenntartói előszeretettel használják ki az internet adta lehetőségeket és a fogyasztók tudatlanságát. Ahogy fentebb olvashattuk leginkább a passzív, elhallgató és az aktív megtévesztés, valamint a pszichés ráhatás eszközével játszva valósítják meg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatukat. Mindez hatalmas feladatot hárít a fogyasztóvédelmi szempontból eljáró szervekre, ugyanis ezek kiszűrése folyamatos átvizsgálást igényel, amit tovább nehezít azon tény, hogy ezen felületek napról napra változhatnak.

Ahogy láthattuk a hazai szabályozás a jelenlegi európai szabályanyagnak megfelelően védekezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben, hiszen egy az egyben az UCP irányelv rendelkezései kerültek átültetésre. Meglátásom szerint azonban a változó világra is tekintettel ajánlatos lenne európai szinten 4-5 évente felülvizsgálni, vagy megtárgyalni az UCP irányelvben - és így a tagállami szabályozásokban is - meghatározott a „Fekete lista” bővítésének lehetőségét. Erre állásponatom szerint azért lenne szükség, mert a jogalkalmazó számára az új helyzetek megoldását

⁷⁰ <https://www.nielsen.com/hu/hu/>

⁷¹ https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/egy-dolog-biztos-van-jovo-az-online-kereskedelemben/ (letöltve: 2022. 11. 14.)

⁷² <https://gkidigital.hu/2020/05/07/koronavirus/> (letöltve: 2022. 11. 14.)

követően felmerülő későbbi - hasonló - esetek értékelése során nyújtana segítséget, gördülékenyebb eljárási folyamatot.

Fontos azonban kiemelni, hogy a fogyasztók védelmére vonatkozó szerteágazó jogi szabályozás kiüresedhet, amennyiben maga a fogyasztó nincs tisztában jogaival, és/vagy nem tájékozódik kellően az adott termékről szolgáltatásokról mielőtt azokat megvásárolná, vagy igénybe venné. Tájékoztatás tekintetében a GVH e feladatát ellátva kiadványokat és edukációs célú kampányokat folytat le, többek között a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, valamint a webshopok kapcsolata kapcsán is oszt meg információkat weboldalán, mely iránymutatásként szolgálhat a fogyasztók számára.⁷³ A jogi szabályozás folyamatos felülvizsgálata és a fogyasztók „fejlesztésének” együttthatója a jövőbeli problémák, - így a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok kialakulásának is -orvosolásaként szolgálhat a jövő kereskedelmi viszonyai között.

⁷³ https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadtan/gondolja-vegig-higgadtan---mielott-koronavirus-elleni-vedotermekek-vasarol (letöltve: 2022. 11. 14.)

Felhasznált irodalom

- 1.) Pintér Róbert: Úton az információs társadalom felé.
<https://vmek.oszk.hu/05400/05433/05433.pdf#page=11>
- 2.) Schiffner Imola: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat és piaci magatartás
<http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=57191>
- 3.) <http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=57191>
- 4.) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:11951K/TXT&from=HU>
- 5.) Dr. Zoványi Nikolett: *A fogyasztóvédelem történeti fejlődése és szabályozási elvei*
http://www.debrecebijogimuhely.hu/archivum/3_2011/a_fogyasztovedelem_torteneti_fejlodes_e_s_szabalyozasi_elvei/
- 6.) Kende Tamás (szerk.) (2016). *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Budapest: Wolters Kluwer Kft..
https://mersz.hu/hivatkozas/wk41_377_p1#wk41_377_p1BibTeX_EndNote_Mendeley_Zotero
- 7.) Szolnoki-Nagy Rita: Fogyasztóvédelem az Európai Unióban, Európai Tükör 2014/2. Budapest, 153. o. https://brexit.kormany.hu/download/3/4a/a0000/142074%20EU%20Tukor%2014-02_3.pdf
- 8.) Dr. Szikora Veronika (szerk.) (2016). *Magyar Fogyasztóvédelem-Európai kitekintéssel*. Debrecen: 2010, a Fogyasztók Magyarországi Egyesülete
- 9.) Amszterdami Egyetem Európai Szerződési Jogi Központja (Centre for the Study of European Contract Law), Információs Jogi Intézménye (Institute for Information Law), és Jogi és Gazdasági Központja (Amsterdam Centre for Law and Economics) közös - a fogyasztóknak nyújtott, digitális szolgáltatásokat elemző - kutatásának eredménye. (Analysis of the applicable legal frameworks and suggestions for the contours of a model system of consumer protection in relation to digital content contracts)
- 10.) Tarcy Edit Zsuzsanna: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos tapasztalatok 2011. jesz.ajk.elte.hu/tarczy49.pdf
- 11.) Miskolczi Bordnár Péter: *Fogyasztók megtévesztésével szembeni védelem a pénzügyi szektorban*, Pénzügyi Szemle, 2014/1.
- 12.) https://www.consumerlawready.eu/sites/default/files/2018-03/CLR_Module_4_UCP_HUNGARIAN_WNS_1.pdf

- 13.) https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/tizstessegtelen_kereskedelmi_gyakorlat/tizstessegtelen_kereskedelmi_gyakorlatok
- 14.) https://www.gvh.hu/gvh/2349_hu_a_hivatal_feladata
- 15.) Lapsánszky András (szerk.) (2016). *Közigazgatási jog II.*. Budapest: Wolters Kluwer Kft..
https://mersz.hu/hivatkozas/wk51_50_p1#wk51_50_p1
[BibTeX](#) [EndNote](#) [Mendeley](#) [Zotero](#)
- 16.) <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4fee0cc7-5f4d-46c5-897b-48844f07f027>
- 17.) Nagykomentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez - Zavodnyik József
- 18.) https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-162020177
- 19.) https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/egy-dolog-biztos-van-jovo-az-online-kereskedelemben/
- 20.) <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2021-es-sajtokozlemenyek/csaknem-felmilliardos-birsagot-rott-ki-a-versenyhivatal-a-viagogo-ra>
- 21.) [https://hu.wikipedia.org/wiki/Fekete_p%C3%A9ntek_\(v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%A1s\)](https://hu.wikipedia.org/wiki/Fekete_p%C3%A9ntek_(v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%A1s))
- 22.) https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/orszaggyulesi_beszamolok/gvh_ogy_pb_2020&inline=true
- 23.) <https://www.nielsen.com/hu/hu/>
- 24.) <https://gkidigital.hu/2020/05/07/koronavirus/>
- 25.) https://www.gvh.hu/fogyasztoknak/gondolja_vegig_higgadtan/gondolja-vegig-higgadtan-mielott-koronavirus-elleni-vedotermeket-vasarol

Felhasznált jogszabályok

- 1.) 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről
- 2.) 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról
- 3.) 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról
- 4.) 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről
- 5.) Egységes Európai Okmány
- 6.) AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2005/29/EK IRÁNYELVE (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról (UCP irányelv)
- 7.) a termékek eladási ára és egységára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet

Felhasznált GVH határozatok

- 1.) Vj/82/2012.
- 2.) Vj/104/2012.
- 3.) Vj/44/2013.
- 4.) Vj/98/2010.
- 5.) Vj/17/2018.
- 6.) Vj/16/2020.
- 7.) Vj/68/2015.
- 8.) Vj/13/2019.
- 9.) Vj/50/2018.
- 10.) Vj/39/2018.