

Tárczy Edit Zsuzsanna¹: Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok – végrehajtás és gyakorlat az Európai Unióban

Debreceni Jogi Műhely, 2012. évi (IX. évfolyam) 1. szám (2012. január) 43-58.

Bevezetés

Bár a cikk címében a „végrehajtás” szó szerepel, de ez csak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelvben (továbbiakban: UCP irányelvben) alkalmazott kifejezés követését jelenti. Valójában e cikk gyakorlati kérdésekkel foglalkozik.²

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat kimerítően jellemezni a gyakorlatban való megjelenésük kapcsán, egy (vagy akár több) önálló értekezés témája lehetne. Ezt bizonyítja a Bizottság idén nyáron létrehozott Internetes adatbázisa³ (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra nézve), ami tagállamokra lebontva tartalmazza a releváns szabályokat, az eljáró szerveket (ezek kapcsán megállapítható, hogy nemcsak számukban, hanem jellegükben, és alaptevékenységi köreikben is különböznek egymástól), a gyakorlati eseteket és a szakirodalmat is.⁴ A bázisban találhatóak alapján látható, hogy az esetek száma meglehetősen magas, és témáikat tekintve is rendkívül változatosak (ezt szem előtt tartva a kapcsolódó döntések – tekintettel számbeli nagyságukra – esetében csak példák ismertetésére kerül sor).

1. A végrehajtás közös és egyes tagállami szabályai

1.1. Közös és egyes tagállami rendelkezések (eljárás/felelősség/bizonyítás)

a) Közös szabályok:

A UCP irányelv „végrehajtás” kifejezés alatt a következő témákkal foglalkozik:

- eljárás indítását/bírósághoz való fordulást lehetővé tevő jogi rendelkezésekkel,
- jogorvoslati eszközökkel,
- bíróságok vagy közigazgatási hatóságok lehetséges hatásköreivel,
- az intézkedések meghozatalának hatályával (ideiglenes/végleges),
- a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok megszüntetését elrendelő határozatokkal

kapcsolatos kérdésekkel. Ezekon túl az irányelv szól még a bizonyításról és a szankciókról is.⁵

A UCP irányelv alkotói ezeket a szabályokat a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről szóló 84/450/EGK irányelvből vették át. A Bizottság szerint ez azzal az előnnyel jár, hogy így a UCP irányelv nem rótt új kötelezettségeket a tagállamokra.⁶

A szóban forgó rendelkezések két alapvető csoportba sorolhatóak:

- az eljárás/felelősség/bizonyítás szabályai, szankciók és lehetséges intézkedések.

b) Egyes tagállami szabályok (az eljárás/felelősség/bizonyítás szabályai):

Lengyelországban a törvény harmadik fejezete a polgári jogi felelősségről szól. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok esetén az a fogyasztó, akinek érdekét veszélyeztették, vagy megsértették, öt lehetőséggel rendelkezik:

- kérelmezheti a gyakorlat megszüntetését,
- kérelmezheti a gyakorlat hatásainak, következményeinek megszüntetését,
- kérelmezhet - a megfelelő tartalomra és a megfelelő formára nézve - egy nyilatkozatot,
- kérelmezheti a károk megtérítését/helyreállítását,
- kérelmezheti, hogy - megfelelő összegben – pénzt ítéljenek meg speciális szociális célra, a lengyel kultúra, nemzeti örökség vagy fogyasztóvédelem támogatásával kapcsolatban.⁷

Sajátos vonása a lengyel törvénynek, hogy polgári, és büntetőjogi felelősségi szabályokat is tartalmaz. Úgy vélem, hogy bár a törvény így két eltérő jellegű területet kapcsol össze, de mindenképpen hasznos a jogalkalmazó számára, hogy egy törvényben találhatóak a releváns rendelkezések (és indokolt is az ugyanazon jogszabályban való elhelyezésük, hiszen az agresszív gyakorlatok és néhány feketelistás gyakorlat is büntetőjogi jellegűek).⁸

Görögországban a bíróságok elrendelhetik, hogy – tényállítások helyességére nézve – a kereskedő nyújtson be bizonyítékokat. Ha ez nem történik meg, vagy a szolgáltatott bizonyítékokat elégtelennek ítélik, a fogyasztó állításait igaznak fogadják el.⁹ Ez a rendelkezés egy lépéssel a UCP irányelvbeli előtt jár, mivel az alapján, ebben az esetben – a kereskedő nem szolgáltat bizonyítékokat, vagy azokat elégtelennek ítélik – a tényállításokat nem tekintik megalapozottnak.¹⁰ A görög jogszabályban viszont – mivel a kereskedő nem tudja bizonyítani saját álláspontját – automatikusan a fogyasztó javára döntenek. Álláspontom szerint ez a szabály ilyen formában illetet volna a UCP irányelvbe, az egyértelműbb megfogalmazás miatt.

1.2. Egyes tagállami rendelkezések (szankciók és lehetséges intézkedések)

Görögországban a fejlesztésért felelős miniszter 1.500 és 1.000.000 euró közötti összegben szabhat ki bírságot a fogyasztóvédelmi jogszabály rendelkezéseit megsértőre. Amennyiben ugyanazt a kereskedőt több mint három alkalommal sújtják bírsággal, a bírság megduplázódhat, és a miniszter elrendelheti a vállalkozás – összes vagy egyes – tevékenységeinek felfüggesztését három hónaptól egy évig terjedő időtartamra. A fejlesztésért felelős miniszter – közérdekből – elrendelheti az adott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat azonnali megszüntetését. Amennyiben a kereskedő nem tesz eleget a miniszteri rendelkezésnek, adminisztratív bírsággal sújtható.

Fogyasztói szervezetek, és a fogyasztó egyénileg is – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó rendelkezések megszegése esetén, a kereskedővel szemben – kérelmezhetik a jogsértés abbahagyására és eltiltására kötelezés elrendelését.¹¹ A fogyasztók kártérítési igényt tartalmazó kérelmet is benyújthatnak. Az említett kérelmek benyújthatóak egy kereskedővel, vagy kereskedők egy csoportjával szemben is, amennyiben a csoport tagjai ugyanabban gazdasági szektorban dolgoznak.

Amennyiben a gyakorlatok még csak lehetőségek, de már most fenyegető jellegűek, a bíróság előzetesen megtilthatja azokat.¹² Az előzetes intézkedés a prevencióra való törekvést jelzi, ami megjelenik a szlovák törvényben is, melynek a megelőző intézkedésekről szóló 21.§-a értelmében a felügyeleti hatóság elrendelheti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok megszüntetését.¹³

Míg Máltán a kapcsolódó törvényben (a Consumer Affairs Act-ben) a feketelista az ún. Első Jegyzék, addig szerepel ezt követően egy Második Jegyzék is, mely a bírságokról szól.¹⁴

A bírságok összegét eredetileg lírában is kifejezte a jogalkotó (a módosító törvényben), de jelenleg már csak az euróban kifejezett összegek szerepelnek, ezzel is elősegítve az egységesség érvényesülését.¹⁵

A Második Jegyzék rendelkezései értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatóval – függetlenül attól, hogy a generálklauzulát, vagy a megtévesztő, vagy az agresszív gyakorlatok tilalmát sérti-e meg – szemben kiszabható bírság alapösszege 2329.37 euró.¹⁶

A tényleges bírság kiszabása során figyelembe kell venni a súlyosító körülményeket is. A Második Jegyzék a következőket említi:

- amennyiben a megvalósított gyakorlat feketelistás, a bírság alapját fel kell emelni, minimum 1747.03, maximum 4658.75 euróval,
- egyéb gyakorlatok esetén minden gyakorlatért 2329.37 euróval növelendő az alap,

- amennyiben a gyakorlat kiszolgáltató fogyasztói csoportot sért, az alapot 2329.37 euróval kell növelni,
- ha a gyakorlat zaklatás, kényszerítés – ideértve a fizikai erőszak alkalmazását - vagy nem megengedett befolyásolás alkalmazásával jár együtt, az alap növelendő minimum 1747.03, maximum 4658.75 euróval,
- ha a gyakorlat az alapja a kereskedő tevékenységének, az alap növelendő minimum 1747.03, maximum 4658.75 euróval.

Továbbá az enyhítő körülményeket is figyelembe kell venni a bírság kiszabása során:

- amennyiben az érintett bizonyítja, hogy a gyakorlattal felhagyott az ellene folyó vizsgálatok megindításakor, az alap csökkentendő maximum húsz százalékkal,
- amennyiben az érintett bizonyítja, hogy megfelelő lépéseket tett annak érdekében, hogy csökkentse a negatív hatásokat, az alap csökkentendő maximum tíz százalékkal.

A végső bírság összege nem haladhatja meg a 46.587.47 eurót, és nem lehet kevesebb, mint 465.87 euró. Amennyiben az érintett vita nélkül kifizeti a bírságot, az – figyelembe véve a fenti szabályokat – csökkentendő maximum húsz százalékkal.¹⁷

2. Az Európai Unió Bíróságának döntései

2.1. Az implementálással/harmonizációval kapcsolatos ítéletek

a) Az implementálás: e témában természetesen az implementálási határidő betartása volt a fő kérdés. Hollandia, az Egyesült Királyság, Svédország, Finnország, Luxemburg, Litvánia, Németország, Spanyolország, Magyarország, Franciaország, Málta, Portugália és Románia sem teljesítette az implementálási határidőt. Ennek megfelelően a Bíróság megállapította pl. Luxemburg kötelezettségzegését és kötelezte a költségek viselésére.¹⁸

b) Harmonizáció: A UCP irányelv maximum harmonizációs jellege azt jelenti, hogy a tagállamok nem fogadhatnak el a rendelkezéseinél szigorúbb előírásokat, még akkor sem, ha ezzel a fogyasztók magasabb szintű védelme valósulna meg.¹⁹

Ezt erősítette meg a Bíróság az ún. Total Belgium-ügyben, ami tulajdonképpen két egyesített ügyet jelent:

1) A Total Belgium a Total csoport leányvállalata (mely csoport főleg töltőállomásokon való üzemanyag értékesítésével foglalkozik). 2007 januárja óta a Total Club kártyával rendelkező vásárlók részére háromheti ingyenes segítségnyújtási szolgáltatást kínált a Total Belgium, ha gépjárműveiket legalább 25 liternyi – vagy robogójukat legalább 10 liternyi üzemanyaggal – tankolták fel. A VTB-VAB NV – ami egy segítségnyújtással foglalkozó vállalat – 2007 februárjában kérelmezte a bíróságtól, hogy tiltsa el a Total Belgiumot ettől a gyakorlattól, mivel az a belga szabályozás által tiltott kapcsolt ajánlatnak minősül.

2) A második ügy a finn Sanoma csoport azonos nevű belgiumi leányvállalata és a Galatea BVBA – amik egy fehérneműüzletet üzemeltető társaság - közötti vitáról szólt. Előbbi ugyanis az egyik általa kiadott magazin 2007. márciusi számához – bizonyos fehérneműüzletekben árult termékek vásárlása esetére - kedvezményre jogosító kuponfüzetet mellékel. A Galatea a gyakorlattól való eltiltás céljából keresetet nyújtott be, arra hivatkozva, hogy a Sanoma megsértette a belga szabályozást.

Mindkét ügy az antwerpeni kereskedelmi bíróság elé került, ami mindkét eset kapcsán a következő kérdést intézte az Unió Bíróságához – a UCP irányelv értelmezéséhez kapcsolódóan: „(...) az irányelvet úgy kell-e értelmezni, hogy azzal ellentétes az olyan nemzeti jogi rendelkezés, mint a belga szabályozás, amely egyes kivételektől eltekintve az

adott ügy különleges körülményeinek a figyelembe vétele nélkül tilt az eladó által a fogyasztónak tett mindenfajta kapcsolt ajánlatot.”²⁰

A Bíróság a következőket állapította meg:

- a kapcsolt ajánlat olyan kereskedelmi tevékenység, ami illeszkedik a piaci szereplő kereskedelmi stratégiájába és közvetlenül az eladásösztönzést és a piaci szereplő eladásainak növelését célozza. Ezért kereskedelmi gyakorlatnak minősül – a UCP irányelv fogalma alapján²¹ - és így az irányelv hatálya alá tartozik.
- a maximum harmonizáció miatt tilos a tagállami korlátozóbb rendelkezések bevezetése/alkalmazása,
- a belga szabály tiltja a kapcsolt ajánlatot, noha ez a UCP irányelv mellékletében (a feketelistában) nem szerepel tiltott gyakorlatként. Így a nemzeti szabályozás megsérti a maximum harmonizációból eredő tilalmat.²²

3) Hasonló megállapításra jutott az EU Bírósága egy másik ügyben is.

A C-540/08 sz. ügy alapját az jelentette, hogy egy osztrák hírlapkiadó szavazást szervezett („az év futball játékosa”) és felhívta olvasóit, hogy csatlakozzanak a versenyhez az Interneten keresztül, vagy az újságban megjelentetett szavazó szelvény révén. A versenyben való részvétel együtt járt egy – a megválasztott játékosal elköltött – vacsora elnyerésének lehetőségével is (annak árát foglalta magában a verseny megnyerésének lehetősége). Az osztrák jog tiltja az olyan értékesítést, melyhez bonuszt kapcsolnak.

A Bírósághoz két kérdés érkezett:

- az osztrák jog általános tilalma megfelel a UCP irányelvnek? A Bíróság szerint nem, mivel az eljárás során bebizonyosodott, hogy a tilalmazó rendelkezések többlet védelmet nyújtanak a fogyasztók számára, ami ellentétes a maximum harmonizációval.
- a bonusszal együtt járó értékesítés tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak számít az irányelvbeli generálklauzula alapján (főleg azon az alapon, hogy a nyeremény lehetősége az a döntő faktor, ami a főtermék megvételéhez vezet)? A Bíróság úgy találta, hogy ez a fajta értékesítés nem ütközik a UCP irányelv generálklauzulájába.

Összességében a Bíróság úgy döntött, hogy egy újság megvételéhez kapcsolt, versenyben való részvétel lehetősége még nem valósít meg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, csak azért, mert a részvétel lehetősége jelenti azt a faktort, ami rábírja a fogyasztókat az újság megvételére – legalábbis, míg ez a megállapítás csak néhány fogyasztóra nézve igaz (az érintettek közül).²³

A fenti ügy kapcsán még a következő kérdés merült fel:

Az osztrák jog tiltja az újságokban, magazinokban megjelenő, ajándékokat (pl. a verseny megnyerését, és a vacsorát) kínáló reklámokat is. Megfelel-e ez a tilalom a UCP irányelvnek? Ez esetben ugyanis a hírlapkiadó az újság megvételétől tette függővé a versenyben való részvételt, tehát a részvételi lehetőség a vételtől függött. Ez egyfajta kapcsolt ajánlatnak minősül az osztrák jog szerint, mely ennek valamennyi típusát tiltja (a kapcsolt ajánlat két önálló termék, vagy szolgáltatás felajánlását jelenti, és ez egyikük értékesítési arányának növekedésével jár együtt).

Ráadásul ez a tilalom szigorú, mivel a UCP irányelvvel (az adott gyakorlat tisztességesnek tekintendő, ellenkező bizonyításig) teljesen ellentétes álláspontot képvisel, illetve a létező kivételek is elhanyagolható terjedelműek.

Az irányelv feketelistájában pedig nem szerepel a kapcsolt ajánlat, ezért az nem minősül minden körülmény között tisztességtelennek, hanem esetről – esetre kell döntenie róla. Vagyis az osztrák tilalom nem felel meg a UCP irányelvnek, mivel szigorúbb annál.²⁴

Bár természetesen ez igaz, de azért érdemes megfontolni, hogy ez, valamint a Total Belgium-ügyben hozott döntés hogy hangzik: a UCP irányelvet – melynek célja a fogyasztók védelme egy (feltételezhetően) erősebb pozícióban lévő féllel szemben – sérti, ha egy tagállam az ő

rendelkezéseinél nagyobb védelmet nyújtó szabályt alkalmaz. Úgy tűnik, hogy az egység megteremtése fontosabb, mint a fogyasztók védelmének biztosítása.²⁵

2.2. A UCP irányelv rendelkezéseivel és a reklámokkal kapcsolatos döntések

a) A C-122/10 sz. ügyben a svéd fogyasztói ombudsman a Ving Sverige nevű utazási irodával szemben lépett fel, annak egy reklámja miatt.

A reklámban az iroda New York-ba hirdetett utazást, 2008 szeptembere és decembere közötti időtartamra nézve. Az ombudsman szerint viszont nem tájékoztatta megfelelően a lehetséges ügyfeleket, szükséges/jelentős információk hiányoztak, vagyis az iroda megtévesztő mulasztást „valósított” meg, mivel a reklám vásárlásra való felhívás volt, és nem tartalmazta az összes, a UCP irányelvben – vásárlásra való felhívás esetére – felsorolt,²⁶ jelentősnek minősülő információt.

Az iroda azt állította, hogy a reklám nem minősül vásárlásra való felhívásnak, vagyis nem tartozik a UCP irányelv hatálya alá. Alternatív védekezésként – ha mégis annak minősülne a reklám - pedig azt hozta fel, hogy az árat és a termék főbb jellemzőit a kommunikációhoz használt médiának és a terméknek megfelelően ismertették/tüntették fel (a vásárlásra való felhívás UCP irányelvbeli fogalmának²⁷ megfelelően).

Az eljáró svéd bíróság több kérdést is intézett a Bírósághoz:

- a UCP irányelvbeli fogalomból kiindulva, szükséges, hogy létezzen lehetőség a fogyasztó számára a vásárlásra nézve ahhoz, hogy vásárlásra való felhívásnak minősítsenek pl. egy reklámot? A Bíróság szerint nem szükséges, így az adott ügyben az utazási iroda - reklámja révén - megvalósított vásárlásra való felhívást, így eleget kell tennie a UCP irányelv előírásainak.²⁸
- az ár megjelölése (a vásárlásra való felhívás fogalmában) jelentheti a kezdő ár feltüntetését is (ez az a legalacsonyabb ár, melyen a reklámozott termék, vagy termékkategória - ha a termékek különböző verziókban kaphatóak – megvásárolható)?

A Bíróság szerint igen, vagyis a kezdő ár feltüntetésével is teljesül a fogalombeli „(...) és árat az alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszköznek megfelelően feltüntető (...)” kitétel.

A megállapítás egyik oka az volt, hogy a Bíróság szerint, ha a kezdő ár feltüntetése nem felelne meg a vásárlásra való felhívás UCP irányelvbeli fogalmában szereplő ár feltüntetésének, akkor a kereskedők „megmenekülnének” azon szigorúbb előírások teljesítésének kötelezettségétől, melyek a kezdő ár feltüntetését teszik kötelezővé, a végleges ár helyett.

- a UCP irányelvbeli említett fogalom alá tartozik az is, ha a termék tulajdonságait a termékre vonatkozó szóbeli, vagy vizuális utalással jelzik (ideértve, ha a terméket különböző formákban árulják)?

A Bíróság szerint – mivel a termékek tulajdonságaira vonatkozó információk jelentős eltéréseket mutatnak, az adott termék természetétől függően – így a nemzeti bíróságok feladata annak eldöntése, hogy – figyelembe véve a termék természetét, tulajdonságait és a kommunikációhoz használt médiumot – a fogyasztó rendelkezik-e megfelelő/elegendő információkkal ahhoz, hogy – ügyleti döntés meghozatala céljából – azonosíthassa a terméket (illetve megkülönböztethesse azt más termékektől).

Szintén a nemzeti bíróságok feladata eldönteni, hogy megtévesztő mulasztás-e, ha csak a kezdő árat tüntetik fel (vagyis – a másik oldalról nézve – ha csak a kezdő árat tüntetik fel, azzal eleget tesznek a UCP irányelvben – vásárlásra való felhívás esetére – felsorolt jelentősnek minősülő információk közül az árakra vonatkozó c) pontnak?). A Bíróság szerint megvalósulhat mulasztás, ha pl. a kommunikációhoz használt médium lehetővé teszi, hogy a kereskedő több adatot szolgáltatson a teljes ár kiszámítására vonatkozóan.²⁹

b) Az Európai Unió Bíróságának egy esete (C-159/09 sz.) az összehasonlító reklámhoz kapcsolódott: erre nézve csak akkor alkalmazandóak a UCP irányelv rendelkezései, ha egyúttal megtévesztő is – a fogyasztókra nézve. Ha az összehasonlító reklám nem megtévesztő, akkor megengedett az alkalmazása (az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve a megtévesztő és összehasonlító reklámról, továbbiakban: MCA irányelv 4. cikk a) pont). Egy francia újságban olyan reklámok jelentek meg, melyet a felperes megtévesztőnek vélt (mivel úgy hasonlították össze több szupermarket egyes termékeinek árait, hogy nem nevesítették a márkákat, illetve nem vették figyelembe, hogy a termékek egyes jellemzőikben különbözhetnek).

A Bíróság első döntésében leszögezte, hogy az összehasonlító reklám megengedhetőségére vonatkozó MCA irányelvi 4. cikk alkalmazandó élelmiszerek esetére is (mivel a megfogalmazás nem utal az ellenkezőjére, illetve az alkalmazás hiánya jelentősen leszűkítene az irányelv hatályát).

A megengedhetőséghez szükséges, hogy a reklám ne legyen megtévesztő. A Bíróság szerint öt esetben az:

- ha megtévesztő az átlagfogyasztó számára,
- ha a megtévesztő jelleg nemcsak a reklámban foglalt információkból ered, hanem a reklám összes jellemzőjéből,
- ha a mulasztás megvalósít megtévesztő reklámozást,
- ha a reklám meggyőzi a fogyasztókat arról, hogy ha mindennap rendszeresen a reklámozótól vásárolnak, pénzt takarítanak majd meg, vagy elhiteti velük, hogy a reklámozó valamennyi terméke olcsóbb, mint a versenytársáé,
- a reklámban összehasonlított termékek objektíve különböznek egymástól, és a különbségek alkalmasak arra, hogy jelentősen befolyásolják a vevők választásait.³⁰

Véleményem szerint ezzel a Bíróság kiegészítette az MCA irányelv 4. cikkének rendelkezéseit, elősegítve a gyakorlati megítélést.

3. Példák a tagállami eljáró szervek döntéseire nézve

a) A megtévesztő gyakorlatokkal kapcsolatos döntések:

Görögországban egy 2009. december 16.-án meghozott döntés alapjául szolgáló ügyben a fogyasztó a fogyasztói ombudsmanhoz fordult, mivel egy biztosítóintézet megtagadta a gépjárművében – egy baleset miatt – keletkezett károk megtérítését, vagyis 2475 euró kifizetését. A fogyasztó azzal érvelt, hogy a szerződésük érvényes volt a baleset idején és tartalmazta a gépjárműben keletkezett saját károk megtérítését/biztosítását is.

A biztosítóintézet viszont azt állította, hogy az ő felelőssége csak arra az összegre terjed ki, ami a károk keletkezésének napján létezik. Különösen azért, mert az összegből folyamatosan levonták a biztosítási időszakokban fizetett összegeket, így csak a maradék jelentette a biztosítási összeget (ami így csak 321 euró volt).

A kérdés az volt, hogy elvárható-e az átlagfogyasztótól, hogy ismerje ezt a számítási módot.

Az ombudsman szerint nem (mivel ez speciális tudást igényelne), és a vonatkozó lényeges információk szolgáltatásának elmulasztása tisztességtelennek minősül (megtévesztő mulasztás) és ahhoz vezet, hogy a fogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, melyet egyébként nem hozott volna meg. Javasolta a biztosítóintézetnek a hiányzó összeg megfizetését.³¹

Hollandiában egy 2010. szeptember 6.-án meghozott döntés alapjául szolgáló ügyben az alperes energiaszolgáltató volt, és szolgáltatásait úgy reklámozta, hogy alkalmazottai telefonon tájékoztatták arról a fogyasztókat, és egyben szerződéskötést is felajánlottak nekik. Számos panaszos lépett fel ellene. Volt, aki arra hivatkozott, hogy a hívás célját nem közölték egyértelműen, mások arra, hogy számtalan alkalommal keresték őket, de mindig más – más hívóközpontból.

Az ügy elbírálása során több kérdés merült fel. A legérdekesebb ahhoz a tényhez kapcsolódott, hogy létezett egy magatartási kódex is, melynek az alperes alá vetette magát (mivel a kódex arra a szervezetre vonatkozott, melynek ő is tagja). E kódex pedig kimondta, hogy ha a fogyasztók csak információkat kérnek, akkor csak ezeket kell nyújtani nekik, és ezen túl nem szabad terméket, vagy szolgáltatást is kínálni. Ez esetben viszont úgy tűnt, hogy a fogyasztó vagy nem kapta meg a kért információkat, vagy azok szolgáltatását egy olyan szerződéssel kötötték össze, melyhez ő nem járult hozzá. A kódex azt is megtiltotta, hogy a rendelkezései által kötelezettek hasznot húzzanak a fogyasztó tapasztalatlanságából, vagy (korából fakadó) kiszolgáltatottságából. Bebizonyosodott, hogy az alperes alkalmazottai ezt megtették, kihasználva számos fél magas korát.

Összességében a jogalkalmazó úgy találta, hogy az alperes megszegte a felmerülő szabályok többségét. A kiszabott szankciók végösszege 1.020.000 euró volt.³²

b) Az agresszív gyakorlatokkal kapcsolatos döntés:

2008 februárjában az olasz AGCM (Piacvédelmi és Versenyügyi Hatóság) úgy döntött, hogy vizsgálatot indít két vállalat ellen, mivel azok gáz- és villamos energia szolgáltatásaira több fogyasztói panasz is érkezett. Vizsgált (és egyben kifogásolt) gyakorlatuk négy elemből állt:

- a villamos energia és/vagy gáz szolgáltatásának aktiválása, a fogyasztó erre irányuló rendelkezésének hiányában,
- az elállási jog gyakorlásának akadályozása,
- megtévesztő kereskedelmi kommunikációk,
- reklám kampány kialakítása, a speciális, energiával kapcsolatos ajánlatok fejlesztése céljából.

Az AGCM két kérdésben döntött:

- az energia szolgáltatások nyújtása – az erre irányuló, kifejezett rendelkezés hiányában – tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósít meg?
- az elállási jog gyakorlásának akadályozása tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat?
- Az AGCM mindkét kérdés megítélése során az adott gyakorlatokat tisztességtelennek találta:
- az első esetben a gyakorlat nemcsak agresszív, hanem egyben megvalósít egy feketelistás gyakorlatot, a nem kért értékesítést is (a tilalmi rendszert tekintve úgy pontosabb, hogy az adott gyakorlat agresszív, feketelistás gyakorlat),
- a második esetben a gyakorlat szintén agresszív.

Az AGCM a két vállalatra 500.000-500.000 euró összegű bírságot szabott ki és elrendelte a tisztességtelen magatartások megszüntetését is.³³

c) A szakmai gondossággal kapcsolatos döntés:

Egyes fogalmak kapcsán a UCP irányelv tagállami implementálásait megelőzően felmerült, hogy tagállami értelmezéseik – irányelvbeli pontosabban megfogalmazott szempontok hiányában – eltérőek lesznek, és ezek is hozzájárulnak majd a felszámolni kívánt tagállami eltérések fennmaradásához. Ilyen fogalom a „szakmai gondosság” is.

Egy példa a tagállami értelmezésére nézve:

Ausztriában a Legfelsőbb Bíróság 2008. március 11.-én meghozott ítéletének alapjául szolgáló esetben a felperes egy vállalat volt, az alperes pedig a versenytársa (ez B2B viszony, de ez Ausztriában nem akadályozza a UCP irányelv szabályai alkalmazását). Mindketten turistáknak nyújtottak szolgáltatásokat, pl. városnézést is szerveztek.

Az alperes eljárásával kapcsolatban az a kérdés merült fel, hogy a szakmai gondosság követelményét szigorúan kell értelmezni, vagy esetleg fennáll-e a lehetőség a szubjektív értelmezésre nézve is?

A bíróság rámutatott, hogy – a fair kereskedelem kialakítása érdekében – a kereskedők nem kötelezhetőek arra, hogy mindig eleget tegyenek a legszigorúbb lehetséges értelmezésnek.

Azonban, egy jogi előírás bármely értelmezésének méltányosnak/ésszerűnek kell lennie objektív szemszögből nézve, annak érdekében, hogy a szakmai gondosság követelményeinek megfeleljen, figyelembe véve, hogy ez az a standard, ami (illetve a gyakorlása) ésszerűen elvárható a kereskedőtől.³⁴

d) A végrehajtással kapcsolatos döntés:

Franciaországban a Legfelsőbb Bíróság eljárásjogi kérdésekről döntött 2010. március 9.-én:

- mi a fogyasztóvédelmi adminisztratív hatóság jogi státusza a bíróság előtt? A Bíróság úgy döntött, hogy a hatóság beavatkozhat a bíróság előtti eljárásba.
- a fogyasztóvédelmi hatóság ügynökei vizsgálatainak mi a hatása? A Bíróság szerint az ügynökök cselekményei részei a bírósági eljárásnak.³⁵

4. Reklám – eseti példák

a) megtévesztő reklámokkal kapcsolatos döntések:

Finnországban az első fokon eljáró bíróság 2009. december 22.-én meghozott ítéletének alapját képező ügyben az alperes folyamatosan csökkentett áron reklámozta a termékeit (díványokat és egyéb bútorokat), vagy százalékos árengedmény feltüntetésével, vagy az eredeti árral való egyéb összehasonlítás révén. A felperes szerint tilos alkalmi vételt reklámozni ismétlődően és/vagy két hónapnál hosszabb ideig, illetve tilos a két említett módszer.

A bíróság szerint az alperes reklámjának speciális kifejezései megtévesztőek voltak, és az átlagfogyasztó ügyleti döntés meghozatalára vonatkozó eljárását befolyásoló módszer domináns elemei voltak. Ezért megtiltotta a kifejezések két hónapon túli, folyamatos, vagy ismétlődő használatát. Megtiltotta továbbá a két említett módszer alkalmazását is.³⁶

Lettországban a bíróság 2010. július 21.-én a Fogyasztói Jogok Védelmi Központjának (Consumer Rights Protection Centre) döntését vizsgálta felül. A (bíróság előtti) felperes egy utazási iroda volt, ami különböző túrákat kínált, speciális, „kezdő” árakon. A teljesítéskor azonban nem tudott a meghirdetett „kezdő” áron túrát nyújtani az ügyfeleknek. A Központ ezt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősítette. Az iroda – most már felperes – fellebbezett, mondván:

- csak limitált számú termék volt, és azokat sikeresen el is adták,
- üzlettársa értesítette, hogy többé nem lehetséges a termékek szolgáltatása, így tulajdonképpen felmentette a felperest az eladás kötelezettsége alól,
- a fogyasztók nem vásárolták meg a terméket, így rájuk nézve nem is voltak negatív következmények.

A bíróság elutasította a fellebbezést a következőkre hivatkozva:

- megállapította, hogy a reklámban nem tüntettek fel limitet (mennyiségit vagy időbelit). A „kezdő” árral kapcsolatos állítás pedig nem foglalta magában azt, hogy a fogyasztó nem kérhette, hogy a szerződést a reklámbeli legalacsonyabb áron teljesítsék. Így pedig, ha a termék nem érhető el a legalacsonyabb áron és a kereskedő nem alkalmaz limitet, akkor a („kezdő”, tehát a legalacsonyabb) árra vonatkozó, reklámbeli információt félrevezetőnek, vagy megtévesztőnek kell tekinteni.
- a bíróság leszögezte, hogy egy kereskedőnek, aki egy területen már hosszabb ideje végzi tevékenységét – ugyanazon üzlettársakkal együttműködve – előre kell látnia, ha nem tudja majd a terméket szolgáltatni. A felperesnek így előre kellett volna látnia – az utazási szolgáltatások professzionális nyújtójaként – hogy a reklámbeli ajánlatot nem fogja tudni teljesíteni.
- egy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapításához nem szükséges negatív következmények megállapítása.³⁷ Ez azt jelenti, hogy nem kell tényleges

kárnak/negatív következménynek bekövetkeznie, vagyis elvileg a veszélyeztetés „stádiumában” (amikor tehát még nem következett be a gyakorlat eredménye) is megtilthat a jogalkalmazó egy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, egyfajta preventív lépésként.

b) összehasonlító reklámokkal kapcsolatos döntések:

Finnországban egy 2011. január 25.-én meghozott döntés alapját képező ügyben az alperes televíziós reklámjaiban összehasonlította saját és versenytársa termékét, azt sugallva, hogy versenytársa „kirabolja” a fogyasztókat. Ezt megtette a rádióban és az Interneten folytatott marketing kampányai során is.

A televíziós reklámok kapcsán a bíróság úgy látta, hogy azok olyan atmoszférát teremtettek, ami miatt az átlagfogyasztó nem tekinthette a reklámokat a felperes által okozott sérelmek realisztikus bemutatásának, és azokban nem rágalmazták a felperest. Így ezek nem ellentétesek a tisztességtelen üzleti gyakorlatokról szóló törvény³⁸ azon szakaszával, ami az összehasonlító reklám megengedhetőségéről szól.³⁹

A rádiós és az Internetes reklámok kapcsán viszont a bíróság kijelentette, hogy azok révén az alperes törekedett arra, hogy a felperest úgy tüntesse fel, hogy nem megfelelően jár el, és csal a fogyasztókkal szemben. Ezeknél a reklámoknál annak az esélye, hogy egy átlagfogyasztó felismerje a valódi szándékot kisebb, mivel itt nem voltak képek, vagy vizuális tartalmak. Vagyis nem valószínű, hogy a fogyasztó felismerte volna, hogy az alperes ezt nem gondolta komolyan. Itt tehát már megvalósult a rágalmazás.

A bíróság megtiltotta a rádiós és Internetes reklámok további használatát.⁴⁰

Görögországban a fogyasztói ombudsmanhoz több panasz érkezett egy autókat importáló társasággal kapcsolatban. Kifogásolták, hogy a végső összegekbe nem foglalták bele azt a speciális regisztrációs adót, mely valamennyi, az országba importált autóra vonatkozik. A társaság árai összehasonlító árlistákon szerepeltek – kivéve az adót – amiket autós és motoros magazinokban és különböző reklámokban tettek közzé.

A kérdés az volt, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül – e az, ha a reklámozott árak nem tartalmazzák a speciális adót, különösen akkor, ha ezeket az árakat összehasonlítják más kereskedők olyan áraival, melyek tartalmazzák az adót?

Az ombudsman szerint igen, mivel minden, árra vonatkozó hirdetésnek, - melyek egy adott termékkategória elemeinek azonos jellemzőire vonatkoznak (vagy azonosak a címzettjeik) – eleget kell tennie három feltételnek:

- a versenytársakra vonatkozó, közös kritériumokon kell alapulniuk, melyek lehetővé teszik az objektív összehasonlítást,
- nem szeghetik meg a versenytársak közötti egészséges verseny szabályait,
- nem sérthetik a fogyasztók - a termékek lényeges tulajdonságaira vonatkozó - átlátható információkhoz való jogát.⁴¹

c) feketelistás reklámokkal kapcsolatos döntések:

Litvániában a bíróság 2009. november 9.-én hozott ítéletében megállapította a UCP irányelvbeli szerkesztői reklámot.

Ez esetben a (későbbi) felperes saját magazinját árusította, mely vizuálisan hasonlított a tipikus kereskedelmi magazinokhoz, és cikket tartalmazott a felperes termékeiről, illetve válaszokat a termékeire vonatkozó olvasói kérdésekre, továbbá az olvasók (termékekkel kapcsolatos) pozitív visszajelzéseit is közölte. A Fogyasztói Jogvédelmi Állami Hatóság (State Consumer Rights Protection Authority) kifogásolta, hogy a magazin – tartalma és borítója alapján – azt a benyomást keltette, hogy a benne foglaltak információk általános értelemben vett közleményei, miközben valójában a felperes termékeinek reklámjai voltak, különböző formákban. Semmi nem utalt a szerkesztői jellegre, és a magazin részeit sem tüntették fel reklámokként. Ezért a Hatóság megállapította, hogy ez a gyakorlat szerkesztői reklám,⁴² és bírságot szabott ki. A másik fél ez ellen fellebbezett.

A bíróság egyetértett a Hatóság megállapításaival, hozzáfűzve, hogy az átlagfogyasztóban az a benyomás keletkezhetett, hogy ez egy tipikus magazin volt, ami objektív véleményeket közölt. A fellebbezést elutasította.⁴³

Portugáliában egy 2011. február 25.-én meghozott ítélet alapját képező ügyben az alperes egy nagy portugál hotellánc volt, ami honlapján egy három éjszakára szóló, kedvezményes áron elérhető lehetőséget kínált reklámjában. Amikor a felperes szobát kívánt foglalni, azt tapasztalta, hogy az ár jóval magasabb volt, és a honlapon a meghirdetett kedvezmény elnevezéséhez hasonló, de nem azonos nevű kedvezmény volt elérhető csupán. A hotelt részéről azt a választ kapta, hogy csak a hasonló nevű lehetőség érhető el, és a magasabb ár az elérhető legalacsonyabb. A felperes panasszal élt a Kereskedelmi Kommunikáció Önszabályozó Civil Intézménye (Civil Institute for Self - Regulation in Commercial Communication) felé, mondván ez megtévesztő gyakorlat.

Az Intézmény szerint a hotel így szolgáltatásokat kínált egy bizonyos áron, majd visszautasította a teljesítést, alapot adva annak a gyanúnak, hogy ezzel más szolgáltatás eladását akarta ösztönözni. Így a hotellánc megvalósította a feketelistás bait-and-switch reklámot,⁴⁴ illetve magatartása megtévesztőnek tekinthető a termék létezésére vagy természetére vonatkozó információk miatt.⁴⁵ Az Intézmény a felperesnek adott igazat, és kötelezte az alperest, hogy – amíg nem javítja ki – távolítsa el a reklámot a honlapjáról.⁴⁶

Összefoglalás

Véleményem szerint a UCP irányelv gyenge pontját a végrehajtásra vonatkozó rendelkezések jelentik, melyek „lerombolják”, amit az irányelv addig felépített. A végrehajtás kérdéseiig érvényesül ugyan a maximum harmonizáció követelménye, mivel azonban a végrehajtás – és a jogorvoslatok rendszerének – kialakítása a tagállamoktól függ, ezért jóformán huszonhét különböző rendszerről beszélhetünk, melyek eltérő jellege, felépítése és működése miatt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni védelem pont ott nem fog érvényesülni, ahol a legjobban kellene: a gyakorlatban.

Az ismertetett szabályok alapján látható, hogy bár vannak azonosítható közös pontok, de a végrehajtás/jogalkalmazás szempontjából a tagállamok túlságosan eltérnek egymástól (arról nem is szólva, hogy a fentiek csak néhány államot jelentenek a huszonhét tagállamból).

Márpedig az egység a végrehajtás/jogalkalmazás esetében is szükséges lenne. Ugyanis, ha a gyakorlatban a különböző tagállami szervek más-más döntést hoznak ugyanazon tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra nézve, az feleslegessé teszi az eltérést kizáró irányelvi szabályok megalkotását, és a fogyasztók számára is bizonytalan, méltánytalan és – a gyakorlat elbírálási helyén alapuló – diszkriminatív helyzeteket teremtenek.

Summary

Unfair commercial practices – enforcement and practice in the European Union

The first aim of this paper is to show the rules of the 2005/29/EC Directive on unfair commercial practices (hereafter: UCPD) on enforcement and the rules of the Member States of the EU on enforcement. The second aim is to show some cases on unfair commercial practices (from the European Court of Justice (hereafter: ECJ) and from national organizations too). This time „enforcement” means only „practice”, so this paper won't deal with control or supervisory activity.

At the first point there are the rules on enforcement from the UCPD and some rules of some Member States. At the second point there are the decisions of the ECJ. First, there are the decisions in connection with the implementation and the harmonization. Second, there are the

decisions in connection with the rules of the UCPD and advertising. At the third point there are the decisions of the national organizations in connection with the UCPD. At the fourth point there are the decisions of the national organizations in connection with advertising.

Irodalomjegyzék

Szakkikkek, szakkönyvek:

1. Kalas Tibor (szerk.): Közigazgatási jog 1. Magyar közigazgatási jog Általános rész I. 2006, Virtuóz Kiadó
2. Vigh József Ferenc: A fogyasztó védelme érdekében tett újabb lépés az EU jogalkotásában: irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról, Külgazdaság Jogi melléklet, 51. évf. 9-10. sz. 2007. 101-116. p.

Internetes szakkikkek, tanulmányok:

1. Alexandridou, Lisa: The Harmonization of the Greek law with the Directive on Unfair Commercial Practices <http://plos.deepdyve.com/lp/de-gruyter/the-harmonization-of-the-greek-law-with-the-directive-on-unfair-geKyQyBy0B> [2011.05.30.]
2. Van Dam, Cees– Budaite, Erika (koordinátorok): Unfair Commercial Practices – General Report. London, 2006, British Institute of International and Comparative Law http://www.biiicl.org/files/882_general_report_unfair_commercial_practices_new_member_states%5Bwith_dir_table_and_new_logo%5D.pdf [2010.10.20.]

Jogszabályok, jogforrások:

1. 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 szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv
2. Act of 23 August 2007 on combating unfair commercial practices
3. Law 3587 – Amendment and supplementation of Law 2251/1994 on Consumer Protection
4. Federal Act Against Unfair Competition of 1984
5. The Act Against Unfair Competition Act No. 250/2007
6. Consumer Affairs Act ACT No. II of 2008

Döntések, ítéletek:

1. A Bíróság (hetedik tanács) 2009. február 5-i ítélete - Az Európai Közösségek Bizottsága kontra Luxemburgi Nagyhercegség (C-282/08. sz. ügy) <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:082:0008:0008:HU:PDF> [2011.06.29.]
2. VTV-VAB NV kontra TOTAL BELGIUM NV ÉS GALATEA BVBA KONTRA SANOMA MAGAZINES BELGIUM NV <http://www.lb.hu/> [2010.12.01.]
3. Joined Cases C-261/07 and C-299/07 21, 23 – 25 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007J0261:EN:HTML> [2010.12.01.]

4. Can we add a bonus to the goods we have for sale so as to attract more consumers? ECJ case C-540/08 Mediaprint <http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]
5. Contests are fair game - opinion of AG in ECJ case Mediaprint (C-540/08) <http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]
6. Case detail – Germany - I ZR 193/07 (Németország) <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=41&articleID=> [2011.08.26.]
7. ECJ rules on invitations to purchase under the Unfair Commercial Practices Directive – comment <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62010J0122:EN:HTML> [2011.09.26.]
8. Musings on an invitation to purchase in ECJ case C-122/10 Ving Sverige <http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]
9. When comparative advertising is not misleading to consumers: ECJ case C-159/09 Lidl v Vierzon <http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]
10. Case detail – Greece - Ombudsman of the Consumer 16th of December 2009 (Protocol No 3990) <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=100&articleID=> [2011.08.26.]
11. Case detail – The Netherlands - CA/NB/527/29 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=195&articleID=> [2011.08.27.]
12. Case detail – Italy - PS91 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=148&articleID=> [2011.08.26.]
13. Case detail – Austria - 4 Ob 225/07b <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=88&articleID=> [2011.08.26.]
14. Case detail – France - Cour de Cassation, chambre criminelle, N° 09-84.800 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=137&articleID=> [2011.08.26.]
15. Case detail – Finland - MAO:655/09 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=111&articleID=> [2011.08.26.]
16. Case detail – Latvia - Administratīvās rajona tiesas spriedums lietā Nr. A42774708 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=69&articleID=> [2011.08.26.]
17. Case detail – Finland - MAO:32/11 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=220&articleID=> [2011.08.26.]
18. Case detail - Portugal - 3J/2011 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=223&articleID=> [2011.08.27.]
19. Case detail – Lithuania - I-2429-39/2009 <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=84&articleID=> [2011.08.26.]

20. Case detail – Greece - Ombudsman of the Consumer 23rd of April 2010 (Protocol No 906)
[https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=215&articleID=\[2011.08.26.\]](https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=215&articleID=[2011.08.26.])

Internetes források:

1. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive) COM (2003) 356 final
http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/directive_prop_en.pdf [2011.07.01.]
2. Explanatory Memorandum to The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (2008 No. 1277), The Business Protection from Misleading Marketing Regulations 2008 (2008 No. 1276)
http://www.legislation.gov.uk/uksi/2008/1277/pdfs/uksiem_20081277_en.pdf [2011.09.26.]
3. Több információ a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról
<http://www.jogiforum.hu/hirek/25898> [2011.08.15.]
<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.home.show> [2011.08.23.]

¹ Doktorjelölt, Miskolci Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Kereskedelmi Jogi Tanszék

² Vagyis főleg jogalkalmazással – tehát a közigazgatási jogi értelemben vett végrehajtásnak csak az egyik elemével (az operatív végrehajtással – vagyis az irányító tevékenységgel, a felügyeleti tevékenységgel és az egyéb operatív tevékenységgel - nem).

Kalás Tibor (szerk.): *Közigazgatási jog I. Magyar közigazgatási jog Általános rész I.* 2006, Virtuóz Kiadó 32. p.

³ <https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.home.show> [2011.08.23.]

⁴ Több információ a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról
<http://www.jogiforum.hu/hirek/25898> [2011.08.15.]

⁵ 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 szóló, 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 4. fejezet 11., 12., 13. cikk

⁶ Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive) COM (2003) 356 final 16. p. 77.

http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/directive_prop_en.pdf [2011.07.01.]

⁷ A szabályok értelmében a (feltehetően) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat alkalmazásával „vádolt” kereskedőt terheli a bizonyítás kötelezettsége: ő köteles bizonyítani, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat nem valósít meg tisztességtelen megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot. Ez a bizonyítási teher „átfordulása” (a UCP irányelv 12. cikkének a) pontja).

Act of 23 August 2007 on combating unfair commercial practices Chapter 3 Article 12 1., Article 13

<http://www.uokik.gov.pl/download.php?plik=7636> [2011.01.31.] Vigh József Ferenc: A fogyasztó védelme érdekében tett újabb lépés az EU jogalkotásában: irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról

Külgazdaság Jogi melléklet, 51. évf. 9-10. sz. 2007. 101-116. p., 114., 115. p.

⁸ A szabályok értelmében az agresszív gyakorlat folytatója bírsággal büntetendő. Négy esetben azonban szabadságvesztés is kiszabható:

- az Argentin rendszer használata: három hónaptól öt évig terjedően,

- ugyanez alkalmazandó azzal szemben, aki olyan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot használ, mellyel az Argentin rendszerbe bevonni kívánt fogyasztói csoportot akar létrehozni,

- amennyiben az Argentin rendszerben a vásárlások finanszírozására összegyűjtött érték nagy, az első kettő cselekmény elkövetője hat hónaptól nyolc évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő,
- a fenti büntetések alkalmazandók a fenti cselekmények elkövetőivel szemben, ha az elkövetők az első vagy a második esetben említett cselekményt megvalósító kereskedő nevében, vagy javára járnak el.

Act of 23 August 2007 on combating unfair commercial practices

Chapter 4 Article 15 1., Article 16

⁹ Law 3587 – Amendment and supplementation of Law 2251/1994 on Consumer Protection

Part II Article 12 Article 9i 3.

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=77&languageID=EN> [2011.07.31.]

¹⁰ 2005/29/EK irányelv 4. fejezet 12. cikk b) pont

¹¹ Az osztrák UWG is tartalmazza ezt a lehetőséget. A szabályok értelmében a vállalkozás tulajdonosával szemben kérelmezhető a jogsértés abbahagyására és eltiltására kötelezés elrendelése, egy olyan cselekményre nézve, ami sérti – többek között – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos rendelkezéseket. Még akkor is a tulajdonossal szemben kell fellépni, ha az adott cselekményt más végezte a tulajdonos vállalkozásának telephelyén. Ezekben az esetekben a tulajdonos csak akkor vonható felelősségre a károkkért, ha tudott a cselekményről, vagy kötelessége lett volna tudnia róla. A kötelezés iránti kérelem benyújtására nyitva álló határidő: hat hónap, attól számítva, hogy a kérelmező tudomást szerzett a jogsértésről és a jogsértő személyéről (szubjektív határidő), valamint három év – a jogsértéstől számítva (objektív határidő).

Federal Act Against Unfair Competition of 1984 Chapter I Section 18., Section 20. (1)

http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Erv/ERV_1984_448/ERV_1984_448.pdf [2011.05.19.]

¹² Annak érdekében, hogy megszüntesse a gyakorlatok hatásait, a bíróság elrendelheti döntésének közzétételét, részben, vagy egészben. Megtévészítő gyakorlatok és összehasonlító reklámok esetében helyreigazító nyilatkozat közzétételére van lehetőség.

Lisa Alexandridou: The Harmonization of the Greek law with the Directive on Unfair Commercial Practices 10., 11. p.

<http://plos.deepdyve.com/lp/de-gruyter/the-harmonization-of-the-greek-law-with-the-directive-on-unfair-geKyQyBy0B> [2011.05.30.]

¹³ A megelőző intézkedés elleni írásbeli kifogásokat három napon belül kell benyújtani. A kifogásoknak nincs halasztó hatálya.

Act No. 250/2007 21§ (1) bek.

http://www.google.hu/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.rpr.sk%2Fchillout5_items%2F%2F3%2F8%2F6%2F2%2F23862_41c0f4.doc&rct=j&q=Coll.%20of%20Laws%2C%20on%20Consumer%20Protection%20and%20on%20Change%20of%20Act%20of%20the%20Slovak%20National%20Council%20No.%20372%2F1990%20Coll.%2C%20on%20Minor%20Offences%2C%20as%20amended.&ei=LVRqTf-IJNCUOviV2cAL&usq=AFQjCNGs--MIGNIjfnXNYL27RRF11YV7EQ&cad=rja [2011.02.27.]

¹⁴ Consumer Affairs Act Second Schedule

<http://www.mjha.gov.mt/DownloadDocument.aspx?app=lom&itemid=8845> [2011.04.11.]

¹⁵ ACT No. II of 2008 Second Schedule

http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/transpos_laws_malta.pdf [2010.12.30.]

¹⁶ A törvény értelmében a megjelölt összegeknél a pont utáni összeg cent, a megelőző euró, így pl. az itt található 2329.37 euró = 2329 euró és 37 cent

¹⁷ Consumer Affairs Act Second Schedule 2., 4. – 7. pont

¹⁸ A Bíróság (hetedik tanács) 2009. február 5-i ítélete - Az Európai Közösségek Bizottsága kontra Luxemburgi Nagyhercegség (C-282/08. sz. ügy)

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:082:0008:0008:HU:PDF> [2011.06.29.]

¹⁹ A harmonizációs jelleg problematikus következményére példaként a Szlovén Köztársaság hozható fel, ami – az implementálást megelőzően - sokkal szigorúbb követelményeket támasztott az informálással kapcsolatban egyes javak, illetve egyes gazdasági szektorok vonatkozásában, mint az irányelv. Tehát e tagállam esetében - ebben a vonatkozásban – csökkent a fogyasztóvédelem szintje a UCP irányelv miatt.

Cees van Dam – Erika Budaite (koordinátorok): *Unfair Commercial Practices – General Report*. London, 2006, British Institute of International and Comparative Law 75. p.

http://www.biicl.org/files/882_general_report_unfair_commercial_practices_new_member_states%5Bwith_dir_able_and_new_logo%5D.pdf [2010.10.20.]

²⁰ VTV-VAB NV kontra TOTAL BELGIUM NV ÉS GALATEA BVBA KONTRA SANOMA MAGAZINES BELGIUM NV

<http://www.lb.hu/> [2010.12.01.]

Joined Cases C-261/07 and C-299/07 21, 23 - 25

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007J0261:EN:HTML> [2010.12.01.]

²¹ 2005/29/EK irányelv 1. fejezet 2. cikk d) pont

²² VTV-VAB NV kontra TOTAL BELGIUM NV ÉS GALATEA BVBA KONTRA SANOMA MAGAZINES BELGIUM NV

²³ Can we add a bonus to the goods we have for sale so as to attract more consumers? ECJ case C-540/08 Mediaprint

<http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]

²⁴ A kérdés megválaszolása előtt a Bíróság levezette, hogy az osztrák tilalomnak meg kell felelnie a UCP irányelvnek, mivel befolyásolja a fogyasztókat, és azért is, mert az irányelv rendelkezései nemcsak a fogyasztókat érintő B2C viszonyokra alkalmazandóak. Alkalmazandóak még azokra a gyakorlatokra is, melyek érintik/befolyásolják a versenytársakat – mint ebben az ügyben is – de továbbra is fenyegetést jelentenek a fogyasztók védelmére nézve.

Contests are fair game - opinion of AG in ECJ case Mediaprint (C-540/08)

<http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]

²⁵ Az említettekkel ellentétes irányú ítélet született Németországban, mikor a Legfelsőbb Bíróság 2010. szeptember 9.-én receptre kapható gyógyszerekkel kapcsolatban hozott döntést.

Az ügyben egy gyógyszerár 5 euróról (bonusz pontok formájában) szóló bizonylatot állított ki minden, rögzített áron kapható gyógyszer megvásárlása után. A bizonylatot a vásárlók a következő, recept nélkül kapható gyógyszer megvásárlásakor válthatták be. A felperes (egy tisztességtelen verseny ellen harcoló szervezet) meg akarta ezt szüntetni. A bíróság első fokon helyt adott a kérelemnek, másodfokon elutasították.

A Legfelsőbb Bíróságnak abban a kérdésben kellett döntenie, hogy rögzített áron kapható gyógyszerek megvásárlása esetén alkalmazott „jutalmazó rendszer” sérti-e a receptre kapható gyógyszerekre vonatkozó, rögzített árról szóló alapelvet.

A Legfelsőbb Bíróság szerint egyértelműen sérti (így helyt adott a felperes kérelmének).

Ennél – e téma szempontjából – érdekesebb volt az a következtetése, hogy ez a magatartás egyben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, mégpedig az UWG példálózó listájának 11. pontja (illetve a kereskedelmi gyakorlat UWG-beli fogalma) alapján (ugyanis a gyakorlattal megsértett, Gyógyszerárak Szabályzata - Medicines Price Regulation Ordinance - e pont szellemében alkotott piaci magatartást szabályozó rendelkezéseket).

Ez a lista az implementálást megelőzően is létezett – akkor még a tisztességtelen versenyre vonatkozott – és jelenleg is széles az alanyi köre, mivel nemcsak a fogyasztókat, hanem a versenytársakat és a piac egyéb szereplőit is sértő cselekmények is szerepelnek benne. A 11. pont értelmében tisztességtelen, ha egy személy egy, a piaci magatartást – a piaci résztvevők érdekében - szabályozó, kötelező előírást sért meg (ez esetben ilyenek voltak pl. a Gyógyszerárak Szabályzatának egyes rendelkezései).

A Bíróság emlékeztetett arra, hogy a maximum harmonizációs követelmény ellenére, e pont megtartása az implementálás után nem sértette a UCP irányelvet, mivel az kivette hatálya alól a termékek egészségi és biztonsági vonatkozásaira alkalmazandó közösségi vagy nemzeti szabályokat.²⁵ A Bíróság szerint a 11. pont alkalmazása addig felel meg az irányelvnek, míg a piaci magatartást szabályozó rendelkezések a fogyasztók egészségének és biztonságának védelmére vonatkoznak.

Case detail – Germany - I ZR 193/07 (Németország)

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=41&articleID=>
[2011.08.26.]

The Act Against Unfair Competition Chapter 1 Section 2 (1) bek. 1. pont

http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_uwg/englisch_uwg.html [2011.05.19.]

²⁶ 2005/29/EK irányelv 2. fejezet 1. szakasz 7. cikk (4) bek.

²⁷ „a termék tulajdonságait és árát az alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszköznek megfelelően feltüntető kereskedelmi kommunikáció, amely ezáltal lehetővé teszi a fogyasztó számára a vásárlást.”

2005/29/EK irányelv 1. fejezet 2. cikk i) pont

²⁸ A Bíróság véleménye egyben negatív kritika a UCP irányelv Egyesült Királyságbeli implementációjára nézve. Az implementáló szabályzatokhoz, a CPRs-hez (The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (No. 1277) - Szabályzat a Fogyasztók Védelméről a Tisztességtelen Kereskedelemmel szemben) és a BPRs-hez (The Business Protection from Misleading Marketing Regulations 2008 (No. 1276) - Szabályzat az Üzleti Védelemről a Megtévesztő Marketinggel szemben) megalkotott, azok rendelkezéseinek magyarázatát tartalmazó memorandum alapján az Egyesült Királyságban az adott kereskedelmi kommunikáció csak akkor valósít meg vásárlásra való felhívást, ha lehetőséget biztosít a fogyasztónak a vásárlásra nézve. Mint láttuk, a Bíróság szerint viszont a vásárlásra való felhívás megállapításának nem feltétele a vásárlás lehetőségének fennállása/biztosítása. Tehát az Egyesült Királyságban a vásárlásra való felhívás fogalma/alkalmazási köre

szűkebb, mint amit a UCP irányelv megkíván, és ezt most már az Európai Unió Bíróságának véleménye is alátámasztja.

Explanatory Memorandum to The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (2008 No. 1277), The Business Protection from Misleading Marketing Regulations 2008 (2008 No. 1276) 61. p.

http://www.legislation.gov.uk/uksi/2008/1277/pdfs/uksiem_20081277_en.pdf [2011.09.26.]

ECJ rules on invitations to purchase under the Unfair Commercial Practices Directive – comment

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62010J0122:EN:HTML> [2011.09.26.]

²⁹ Musings on an invitation to purchase in ECJ case C-122/10 Ving Sverige

<http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]

³⁰ When comparative advertising is not misleading to consumers: ECJ case C-159/09 Lidl v Vierzon

<http://recent-ecl.blogspot.com/search/label/unfair%20commercial%20practices> [2011.06.07.]

³¹ Case detail – Greece - Ombudsman of the Consumer 16th of December 2009 (Protocol No 3990)

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=100&articleID=>
[2011.08.26.]

³² Case detail – The Netherlands - CA/NB/527/29

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=195&articleID=>
[2011.08.27.]

³³ Case detail – Italy - PS91

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=148&articleID=>
[2011.08.26.]

³⁴ Case detail – Austria - 4 Ob 225/07b

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=88&articleID=>
[2011.08.26.]

³⁵ Case detail – France - Cour de Cassation, chambre criminelle, N° 09-84.800

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=137&articleID=>
[2011.08.26.]

³⁶ Case detail – Finland - MAO:655/09

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=111&articleID=>
[2011.08.26.]

³⁷ Case detail – Latvia - Administratīvās rajona tiesas spriedums lietā Nr. A42774708

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=69&articleID=>
[2011.08.26.]

³⁸ Finnország 2008-ban egyrészt módosította a fogyasztóvédelemről szóló törvényt (az 561. sz. törvénnyel), másrészt a feketelistát a 601. sz. kormányrendeletben helyezte el. Az összehasonlító reklám szabályait ugyanakkor – szintén módosítás révén – az 1978. évi 1061. sz. törvénybe foglalta bele, ami a tisztességtelen üzleti gyakorlatokról szól.

³⁹ Ez az MCA irányelv 4. cikke. Az esetek többségében úgy hivatkoznak rá, mint a 97/55/EK irányelvvel módosított 84/450/EGK irányelv 3a cikkére.

⁴⁰ Case detail – Finland - MAO:32/11

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=220&articleID=>
[2011.08.26.]

⁴¹ Case detail – Greece - Ombudsman of the Consumer 23rd of April 2010 (Protocol No 906)

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=215&articleID=>
[2011.08.26.]

⁴² 2005/29/EK irányelv I. Melléklet 11.

⁴³ Case detail – Lithuania - I-2429-39/2009

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=84&articleID=>
[2011.08.26.]

⁴⁴ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet 6.

⁴⁵ 2005/29/EK irányelv 2. fejezet 1. szakasz 6. cikk (1) bek. a) pont

⁴⁶ Case detail - Portugal - 3J/2011

<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.cases.showCase&caseID=223&articleID=>
[2011.08.27.]