

„A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat és piaci magatartás”

(nem jogász hallgatóknak)

1. A tantárgy célja

A tantárgy célja, hogy bemutassa az Európai Unió versenyjogának egy új területét, a tisztességtelen verseny elleni jogot. Ennek során a hallgató betekintést nyer a tisztességtelen piaci magatartás illetve a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat szabályozásába, mind nemzetközi, mind uniós szinten.

A tanulmányi segédlet segítségével elemzésre kerül a kapcsolódó uniós joggyakorlat és a tagállamok ezirányú szabályozása is.

A tantárgy külön hangsúlyt fektet a magyar szabályozás és gyakorlat vizsgálatára is.

Összességében a kurzus választ keres arra a kérdésre, hogy beszélhetünk uniós szinten és ezáltal tagállami kötelezettségként a tisztességtelen verseny tilalmának kialakulásáról.

Tantárgyfelelős oktató: Schiffner Imola, adjunktus, Nemzetközi jogi és Európa-jogi Tanszék

2. Szakirodalom és tananyag

Dán Judit-Gombos Katalin-Kertészné Váradi Szilvia: Bevezetés az Európai Unió versenyjogába, JATEPress, Szeged 2014.

dr. Zavodnyik József: Nagykomentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényhez, Wolters Kluwer, 2013.

Gömöri Tamás: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló Irányelv átültetése a tagállamokban és hazánkban, gvh.hu

Tárczy Edit: Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok – végrehajtás és gyakorlat az Európai Unióban Debreceni Jogi Műhely, IX. évfolyam, 1/2012.

Tárczy Edit: A UCP irányelv és implementálása a nemzeti jogrendszerekbe, Miskolci Jogi Szemle 7. évfolyam (2012) 1. szám

Tárczy Edit: A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos tapasztalatok, Jogelméleti Szemle; 2012/1. sz.; 44-55. o.

Tárczy Edit: Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok az Európai Unió egyes tagállamaiban Debreceni Jogi Műhely; VIII. évfolyam 3. sz. (2011. július 1.)

Tárczy Edit: A UCP irányelv átültetése a tagállami jogrendszerekbe – módosítások révén implementáló államok, Jogelméleti Szemle; 2011/3. sz.

Tárczy Edit: A UCP irányelv átültetése a tagállami jogrendszerekbe – önálló jogszabályok alkotása révén implementáló tagállamok, Jura; 2011. (17. évf.) 2. sz., 241-248.o.

Directorate General for Internal Policies, Policy Department a: economic and scientific policy, internal market and consumer protection, Briefing Paper on Addressing unfair commercial practices in business-to-business relations in the internal market (BRIEFING PAPER) 2011

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, Luxemburg: Az Európai Közösségek Hivatalos Kiadványainak Hivatala, 2006

3. Tematika

- I. A versenyjog és a tisztességes piaci magatartás
- II. A tisztességes piaci magatartásra vonatkozó szabályozás kialakulása
- III. Fogalmi alapvetések
- IV. Uniós szabályozás kialakulása
- V. A tisztességtelen piaci és kereskedelmi magatartás szabályozása az Európai Unióban
- VI. Az Európai Bíróság joggyakorlata
- VII. A tagállamok gyakorlata
- VIII. Magyar szabályozás
- IX. Új jogterület? Unfair competition Law

I. A versenyjog és a tisztességes piaci magatartás

a) versenyjog

Versenypolitika: azoknak a célkitűzéseknek és szabályoknak az összessége, amelyek a vállalatok közötti gazdasági verseny fenntartására és ösztönzésére irányulnak.

versenyjog: A versenyt korlátozó vállalatok közti megállapodásokra, üzleti gyakorlatokra vonatkozó, valamint az erőfölénnyel való visszaélést tiltó versenyszabályok.

verseny: hasonló termékeket vagy szolgáltatásokat értékesítő, egymástól független vállalatok versengenek egymással az ügyfelek megnyeréséért például az árak, a minőség vagy a szolgáltatások terén.

versenyszabályozás háttere:

Cél a vállalatok és a fogyasztók védelme, különös tekintettel a piac működésére és a verseny fenntartására. A tökéletes verseny az, amikor az eladók (vállalkozások) egyéni üzleti céljaiktól vezérelve és egymás céljaitól függetlenül versengenek a vevők (fogyasztók) kegyeiért, a piacok meghódításáért.

b) A versenyjog és a tisztességes piaci magatartás

Az uniós versenyjog két hagyományos területe, a klasszikus antitrösztjog és a tagállamokra vonatkozó versenyjogi szabályok mellett, megkülönböztethetjük az uniós versenyjog azon területét is, mely a tisztességtelen verseny elleni joganyagot foglalja magába. A tisztességtelen verseny elleni jog célja, hogy védje a vállalkozásokat a tisztességtelen versenytől.

A tisztességtelen verseny elleni szabályok két nagy csoportja a vállalkozások egymás közötti jogviszonyaira (B2B) és a vállalkozások és a fogyasztók közötti jogviszonyokra (B2C) vonatkoznak.

A tisztességes piaci magatartás, a tisztességes kereskedelmi gyakorlat kategóriák szinte egymás szinonimájaként léteznek az uniós tagállamokban és részét képezik egy nagyobb területnek, melyet az Európai Unióban egyre inkább European Unfair Competition Law-nak hívnak.

c) A klasszikus antitrösztjog és tisztességtelen verseny elleni jog kapcsolata

A klasszikus antitrösztjog (EUMSZ 101, 102. cikk) védi a vállalkozásokat a tisztességtelen verseny következményeitől, emellett azonban legfőbb célja a hatékony verseny garantálása és fenntartása. Az antitrösztjog területe emellett jóval egységesebb, uniós szintű szabályozást biztosít, csökkentve a tagállamok kapcsolódó szabályozási szabadságát.

Ezzel szemben a tisztességtelen verseny elleni jog szabályozása meglehetősen szétaprózódott, tagállamonként jelentősen eltérő szabályozási megoldásokat eredményezve. Céljait tekintve a verseny bizonyos formáit annak hatékonysága ellenére kifejezetten károsnak és meg nem engedhetőnek tekinti. Így a termékek reklámozásával illetve promotálásával kapcsolatban a tisztesség követelményének betartást előbbrevalónak tekinti, mint a verseny korlátozás nélküli fenntartását. Mindazonáltal mindkét jogterület célkitűzéseinek mérséklése mellett megvalósítható, hogy a két jogterület kiegészítse és támogassa egymást.

d) A versenyjog és a fogyasztóvédelem kapcsolata

A fogyasztói döntések tisztességtelen módon való befolyásolása és meghatározása nemcsak a fogyasztó versenyjog által elvárt és biztosított döntési szabadságát sérti, hanem a versenytársak egymás közötti viszonylatát is befolyásolja, és érinti a tisztességes versenytársak érdekeit is, ezáltal torzítva a versenyt. Viszont azzal együtt, hogy a tisztességtelen piaci magatartásokra vonatkozó joganyagok szintén jelentős célkitűzése a fogyasztók védelme, nem minden fogyasztókat érintő jogszabály része a fogyasztóvédelmi jognak. Egymást kiegészíthetik, de nem helyettesíthetik.

Ellenőrző kérdések:

1. Hogyan viszonyul egymáshoz a klasszikus antitrösztjog és a tisztességtelen verseny elleni jog?
2. Hogyan kapcsolódik a versenyjog és a fogyasztóvédelem?
3. Milyen csoportjai vannak a tisztességtelen verseny elleni szabályoknak?

II. A tisztességes piaci magatartásra vonatkozó szabályozás kialakulása-történet rész

1. A tisztességtelen versenyre vonatkozó joganyag előzményei az **1883-as Párizsi Uniós Egyezményre** az ipari tulajdon jogáról nyúlnak vissza.

Az Egyezmény Preambuluma a részes államok azon törekvését rögzíti miszerint, hogy a kereskedelmi ügyletek tisztességességét biztosítsák.
--

2. További mérföldkövek:

1911. Washington

Az Unió részes államai kötelesek állampolgárai számára hatékony védelmet biztosítani a tisztességtelen verseny ellen.

1925. Hága

(2) A tisztességtelen verseny tényállását megvalósítja az ipar vagy kereskedelem tisztességtelen versenyre vonatkozó minden versenycselekmény.

(3) Meg kell tiltani nevezetesen:

1. minden olyan természetű cselekményt, amely bármilyen módon alkalmas arra, hogy valamelyik versenytárs telepével, áruival, vagy ipari, illetve kereskedelmi tevékenységével összetévesztésre vezessen;
2. minden, a kereskedelmi tevékenység folytatása során használt olyan hamis állítást, amely valamelyik versenytárs telepének, áruinak vagy ipari, illetve kereskedelmi tevékenységének hírnevét csorbíthatja;

Lisszabon 1958.

3. minden olyan megjelölést vagy utalást, amelynek használata a kereskedelmi tevékenység során alkalmas arra, hogy a közönséget az áruk természetét, előállítási módjait, jellemzőit, használhatóságát vagy mennyiségét illetően megtéveszse.

1967. Stockholm

(1) Az unió országai kötelesek az unió hatálya alá tartozók számára a tisztességtelen verseny ellen hathatós oltalmat biztosítani.

(2) A tisztességtelen verseny tényállását megvalósítja az ipar vagy kereskedelem tisztességtelen versenyre vonatkozó minden versenycselekmény.

(3) Meg kell tiltani nevezetesen:

1. minden olyan természetű cselekményt, amely bármilyen módon alkalmas arra, hogy valamelyik versenytárs telepével, áruival, vagy ipari, illetve kereskedelmi tevékenységével összetévesztésre vezessen;
2. minden, a kereskedelmi tevékenység folytatása során használt olyan hamis állítást, amely valamelyik versenytárs telepének, áruinak vagy ipari, illetve kereskedelmi tevékenységének hírnevét csorbíthatja;

3. minden olyan megjelölést vagy utalást, amelynek használata a kereskedelmi tevékenység során alkalmas arra, hogy a közönséget az áruk természetét, előállítási módjait, jellemzőit, használhatóságát vagy mennyiségét illetően megtévesse.

2. TRIPS-Megállapodás (Egyezmény a szellemi tulajdonjogok kereskedelmi vonatkozásairól)

22. cikk (2).

A földrajzi jelzések vonatkozásában a tagok biztosítják a jogi eszközöket az érdekelt felek számára, hogy megakadályozzák:

a) a termék megjelölésében vagy külső kialakításában olyan eszközök használatát, amelyek az áru földrajzi eredetével kapcsolatban a közönség megtévesztésére alkalmas módon arra mutatnak vagy azt sugallják, hogy a kérdéses termék olyan földrajzi területről származik, amely eltér annak tényleges származási helyétől;

b) a Párizsi Egyezmény (1967) 10. bis cikke értelmében tisztességtelen versenycelekményt képező bármely használatot.

39.cikk (1)

(1) A tisztességtelen versennyel szembeni hatékony védelemnek a Párizsi Egyezmény (1967) 10. bis cikkében előírt módon történő biztosítása során a tagok oltalmat biztosítanak a 2. pont szerint nyilvánosságra nem hozott információknak és a 3. pont szerint a kormányok vagy kormányzati szervek rendelkezésére bocsátott adatoknak.

3.WIPO (Szellemi Tulajdon Világszervezete)

1994. A tisztességtelen verseny elleni oltalomra vonatkozó modellszabályok

1996. Modellszabályok a tisztességtelen verseny elleni védelemre-megjegyzések az 1.cikkhez

A Párizsi Egyezmény 10bis cikke alapján a tagállamok kötelesek fellépni a tisztességtelen versennyel szemben. Ugyanez a kötelezettség jelenik meg a TRIPS Egyezmény 2 cikkében is, melynek megfelelően a WTO tagállamai kötelesek a Párizsi Egyezmény 10bis cikkének megfelelően eljárni. A Modellszabályok átültetik ezt a kötelezettséget, a 2.cikktől 6.cikkig terjedően meghatározva azokat a magatartásokat és gyakorlatokat, melyek ellen védelmet

biztosítanak és az 1(1) cikkben rendelkezve a védelem alapjairól a tisztességtelen verseny minden más eseteivel szemben.

Ellenőrző kérdések:

1. Sorolja fel azokat a mérőföldköveket, melyek nemzetközi szinten jelentőséggel bírnak a tisztességtelen verseny elleni küzdelemben!
2. Hogy szól a Párizsi Uniós Egyezmény módosított 10bis cikke?

III. Fogalmi alapvetések

1. kereskedelmi gyakorlat:

A vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.

2. tisztességtelen piaci magatartás

Minden olyan kereskedelmi és üzleti magatartás ide tartozik, mely nem felel meg a tisztesség általános követelményeinek.

3. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat

Akkor beszélhetünk tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról, amikor a vállalkozás eljárása nem felel meg a szakmai gondosság követelményének (amelynek fent kell állnia egészen a szerződés megkötését megelőzően a szerződés megkötésekor és azután is), vagyis amikor a vállalkozás az elvárható szintű szakismerettel jár el és ez alkalmas a fogyasztói döntés torzítására.

4. fogyasztóvédelem:

A fogyasztóvédelem célja a fogyasztó jogainak, érdekeinek képviselete, érvényre juttatása. Az Európai Unióban a fogyasztói érdekek védelme öt alapelve épül: a fogyasztók egészségének

és biztonságának védelme, a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme, a fogyasztók tájékoztatása és oktatása, a fogyasztói igények érvényesítése, a fogyasztók képviselője.

5. Versenyjogi fogyasztóvédelem:

Az üzletfelek és fogyasztók döntéseinek tisztességtelen befolyásolásának tilalma.

6. Tisztességtelen verseny:

Gazdasági tevékenységet tisztességtelenül (különösen a versenytársak, a fogyasztók törvényes érdekeit sértő vagy veszélyeztető módon vagy az üzleti tisztesség követelményeibe ütközően) folytatni.

7. Antitröszt jog:

A versenykorlátozások joga, melyek a vállalkozásokra vonatkozó versenyszabályokat tartalmazza.

Ellenőrző kérdések:

1. Mi takar a tisztességtelen piaci magatartás fogalma?
2. Mi minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak?
3. Mi minősül tisztességtelen versenynek?
4. Mi az antitrösztjog?

IV. Uniós szabályozás kialakulása

1. Az uniós versenyszabályozást a Szén- és Acélközösség megalkotásától eredeztethetjük. Az 1951-es Párizsi Szerződés 65. cikkelye tiltott minden olyan megállapodást és gyakorlatot, amelynek célja védelem, korlátozás vagy a verseny normális működésének torzítása lenne.

Az Európai Gazdasági Közösséget létrehozó 1957-es Római Szerződés még tovább ment.

A 3. cikk (1) megfogalmazta az **uniós versenyjog célját**:

Az Unió kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a belső piac működéséhez szükséges versenyszabályok megállapítása területén.

Míg a Szerződés egyéb rendelkezései a **vállalkozásokra vonatkozó versenyjogi** szabályokat,

Kartelltilalom (EUMSZ. 101. cikk)

Gazdasági erőfölénnyel való visszaélés tilalma (EUMSZ. 102. cikk)

Fúziókontroll (összefonódások ellenőrzése) (139/2004 rendelet)

és a **tagállamokra vonatkozó versenyjogi szabályokat** tartalmazták.

Az állami vállalatok (EUMSZ. 106. cikk)

Az állami támogatások (EUMSZ. 107.cikk)

Versenyjogért felelős szerv az **Európai Bizottság**, annak is a **Verseny Főigazgatósága**.

Az utóbbi években valamennyi tagállam olyan mechanizmusokat alkotott meg, melyek segítségével a tisztességeség követelménye alapján ellenőrzi a tagállami piacokat és azok működését.

Ezzel egyidőben az Európai Unió a jogterület uniós szintű harmonizálására törekedett, amivel bár egységes uniós szabályozás nem, de egy közös fogalmi bázis megalapozásra került. Mindazonáltal nem beszélhetünk egységes tisztességes piaci magatartásra vonatkozó jogterületről az uniós jogban, hiszen az uniós jogi normák is egyes kapcsolódó területekre vonatkozó, harmonizációt lehetővé tevő egyedi jellegű normákat jelentenek, egy egységes kódex helyett. A piaci magatartásra vonatkozó szabályozás az uniós iránymutatások mellett továbbra is a tagállam saját nemzeti szabályozását alkalmazza a területen, mely az elképzelések szerint egyre inkább hasonló elveket követ.

2. A jelenlegi szabályozás rendszere, törekvései

Az alapszerződések szintjén viszonylag kevés rendelkezés található a tisztességes piaci magatartáshoz kapcsolódóan.

Az **Európai Unió működéséről szóló Szerződés preambuluma** viszont tesz egy rövid utalást, miszerint:

FELISMERVE, hogy a meglévő akadályok elhárítása összehangolt cselekvést igényel annak érdekében, hogy garantálják az egyenletes gazdasági növekedést, a kiegyensúlyozott kereskedelmet és a tisztességes piaci versenyt.

Viszont az EUMSZ. 114 (1) cikke szerint az Európai Parlament és a Tanács jogosult a rendes jogalkotási eljárás keretei között a Gazdasági és Szociális Bizottság véleményének kikérését követően harmonizációs intézkedéseket hozni a belső piac működtetése érdekében.

Mivel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok és piaci magatartás szabályozása tagállamonként eltérő, ezért az uniós szintű célkitűzések megvalósítása érdekében az EU jogosult a terület harmonizálására. Ennek keretei között főképp irányelvek elfogadására került sor a 80-as évektől kezdődően. Az irányelvi szabályozásról általánosságban elmondható, hogy a fogyasztó védelmének egy minimális szintjére törekedett valamennyi tagállamot illetően, de ezek a célkitűzések és az irányelvben foglaltak egyben a vállalkozások számára is egy sokkal kiszámíthatóbb jogi rendszer megalapozását jelentették. Mindazonáltal a jelentősebb hatást kiváltó uniós irányelvek (Isd. UCP irányelv) speciális maximum harmonizálásra törekednek, mely szerint az uniós irányelvben foglaltak megtiltják a tagállamoknak akár a kevesebb, de a több védelem biztosítását is a fogyasztók számára. Az ilyen irányú törekvések előbb-utóbb a terület egységes szabályozásához vezetnek.

3.Hatályos uniós joganyag

- A Tanács 84/450/EGK irányelve (1984. szeptember 10.) a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről.
- A Tanács 85/374/EGK irányelve (1985. július 25) a hibás termékekért való felelősségre vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről
- A Tanács 85/577/EGK irányelve (1985. december 20) az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről
- A Tanács 93/13/EGK irányelve (1993. április 5.) a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről
- Az Európai Parlament és a Tanács 1997. október 6-i 97/55/EK irányelve a megtévesztő reklámra vonatkozó 84/450/EGK tanácsi irányelvnek az összehasonlító reklámra történő kiterjesztése miatt történő módosításáról
- 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 ("Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról")

- Az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve (2006. december 12.) a megtévesztő és összehasonlító reklámról
- Az Európai Parlament és a Tanács 2006/2004/EK rendelete a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről („Rendelet a fogyasztóvédelmi együttműködésről”)
- A Bizottság határozata (2006. december 22.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletnek a kölcsönös jogsegély vonatkozásában való végrehajtásáról

Ellenőrző kérdések:

1. Melyek a tisztességtelen verseny elleni küzdelem uniós jogalapjai?
2. Mik az uniós szabályozás jelenlegi célkitűzései?
3. Mely másodlagos jogforrások kapcsolódnak a területhez?
4. Melyik az az irányelv, mely legátfogóbban harmonizálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat elleni küzdelmet?

V. A tisztességtelen piaci és kereskedelmi magatartás szabályozása az Európai Unióban

A tisztességtelen verseny elleni küzdelem egyik kiemelt területe a megtévesztő és az összehasonlító reklámok alkalmazása. Az ide kapcsolódó uniós irányelvek célja, hogy mind a kereskedőket, mind a fogyasztókat megvédje a tisztességtelen reklám következményeitől. Míg a megtévesztő reklámok vonatkozásában a minimum harmonizációra törekedett az Európai Unió, addig az összehasonlító reklámok esetében már a teljes harmonizáció volt a cél.

1. 2006/114/EK irányelv a megtévesztő és összehasonlító reklámról-kodifikációs irányelv

Az UCP irányelv elfogadása óta a megtévesztő reklámra vonatkozó uniós rendelkezések már csak a vállalatok egymás közötti viszonylataiban érvényesülnek, míg az összehasonlító reklámok szabályai a fogyasztók irányában is alkalmazhatók.

A megtévesztő reklámról szóló 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK tanácsi irányelv

a) Az irányelv célja-1.cikk

Ezen irányelv célja, a fogyasztók, a kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szabadfoglalkozású tevékenységet folytató személyek és általában a nagyközönség érdekeinek védelme a megtévesztő reklámmal, valamint annak tisztességtelen következményeivel szemben.

b) az irányelv értelmezésében-fogalommeghatározások-2.cikk

reklám: egy kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szabadfoglalkozású tevékenység keretében bármilyen formában, az árucikkek vagy szolgáltatások, beleértve az ingatlanokat, a jogokat és kötelezettségeket is, értékesítésének előmozdítása érdekében megfogalmazott állítás;

megtévesztő reklám: minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy amely, ugyanilyen okok miatt kárt okoz vagy kárt okozhat valamely versenytársnak;

c) objektív minimumkövetelmények a megtévesztő jelleg megállapításához-3.cikk

az áruk és szolgáltatások tulajdonságai (hozzáférhetőség, összetétel vagy jelleg, a gyártás vagy a szolgáltatásnyújtás módja, eredet stb.), a használatuktól várható eredmények és az elvégzett minőségellenőrzések eredményei;

az ár vagy az ár megállapításának módja;

azok a feltételek, amelyek mellett az árut és a szolgáltatásokat biztosítják;

a reklámozó természete, sajátosságai és jogai (azonosítás és vagyon, képesítések, ipari tulajdonjogok stb.).

2. Az Európai Parlament és a Tanács 1997. október 6-i 97/55/EK irányelve a megtévesztő reklámra vonatkozó 84/450/EGK tanácsi irányelvnek az összehasonlító reklámra történő kiterjesztése miatt történő módosításáról

a) Az irányelv célja-1.cikk

Ezen irányelv célja, a fogyasztók, a kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szabadfoglalkozású tevékenységet folytató személyek és általában a nagyközönség érdekeinek védelme a megtévesztő reklámmal, valamint annak tisztességtelen következményeivel szemben, valamint

azoknak a feltételeknek a meghatározása, amelyek mellett az összehasonlító reklám megengedett.

b) az irányelv értelmezésében-fogalommeghatározások-2.cikk

összehasonlító reklám: minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat

c) az összehasonlító reklám megengedhetőségének feltételei

- a) a reklám nem megtévesztő;
- b) azonos szükségleteket kielégítő vagy azonos rendeltetésű árukat vagy szolgáltatásokat hasonlít össze;
- c) tárgyilagosan hasonlítja össze ezen áruk és szolgáltatások egy vagy több jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságát, amelybe az ár is beletartozhat;
- d) nem idézi elő a piacon a reklámozónak és valamely versenytársának, vagy a reklámozó és versenytársa védjegyének, kereskedelmi nevének, egyéb megkülönböztető jelzésének, áruinak vagy szolgáltatásainak összetévesztését;
- e) nem rontja vagy becsmérli valamely versenytárs védjegyeinek, kereskedelmi neveinek, más megkülönböztető jelzéseinek, áruinak, szolgáltatásainak, tevékenységeinek vagy körülményeinek a hírét;
- f) eredetmegjelöléssel rendelkező termékeknél minden esetben azonos megjelölésű termékekre vonatkozik;
- g) nem használja ki tisztességtelen módon valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzésének vagy versenytárs termékek eredetmegjelölésének hírnevét;
- h) az árut vagy szolgáltatást nem egy védett védjeggyel vagy védett kereskedelmi névvel ellátott áru vagy szolgáltatás utánszólaként vagy másolataként mutatja be.

A vizsgált két irányelv eszközöket is rendel a tagállamok kezébe a tisztességtelen reklámok elleni küzdelemhez. Az **összefésült irányelv 4. cikke alapján a betartatás eszközei:**

„(1) A tagállamok mind a fogyasztók, mind a versenytársak és a nagyközönség érdekében biztosítják a megtévesztő reklám leküzdésére és az összehasonlító reklámra vonatkozó rendelkezések betartatására alkalmas megfelelő és hatékony eszközöket. Ezek az eszközök magukban foglalják azokat a jogi rendelkezéseket, amelyek lehetővé teszik azoknak a személyeknek vagy szervezeteknek, amelyeknek a nemzeti jog alapján jogos érdekük fűződik a megtévesztő reklám megtiltásához vagy az összehasonlító reklám szabályozásához, hogy

- a) bírósághoz forduljanak az ilyen reklám miatt; és/vagy
- b) az ilyen reklámot közigazgatási hatóság elé vigyék, amely hatóság a panaszok eldöntésére, vagy megfelelő bírósági eljárás kezdeményezésére vonatkozó hatáskörrel rendelkezik.

Lehetséges jogorvoslatok-4.cikk (2)

A tagállamok felhatalmazhatják a bíróságokat és a közigazgatási hatóságokat, hogy

- elrendeljék a megtévesztő vagy a meg nem engedett összehasonlító reklám megszüntetését, vagy az e reklám megszüntetésének elrendeléséhez szükséges megfelelő bírósági eljárást megindítsák, vagy
- ha a megtévesztő reklámot, vagy a meg nem engedett összehasonlító reklámot még nem tették közzé, de a közzététel küszöbön áll, elrendeljék a közzététel megtiltását vagy a közzététel megtiltásának elrendeléséhez szükséges bírósági eljárást megindítsák.

A tagállamok továbbá olyan jogosítványokat ruházhatnak a bíróságokra vagy a közigazgatási hatóságokra, amelyek alapján azok az olyan megtévesztő reklám vagy meg nem engedett összehasonlító reklám tartós hatásának kiküszöbölése céljából, amely reklám megszüntetését jogerős határozat már elrendelte, a következőket tehetik:

- követelik a végzés közzétételét, teljes egészében vagy részben, és olyan formában, amelyet megfelelőnek találnak

ezen felül követelik a helyesbítő nyilatkozat közzétételét.

3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv (továbbiakban: UCP irányelv)

a) **Az irányelv célja** - (3) (4) bekezdés

A tagállamok tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló jogszabályai feltűnő eltéréseket mutatnak, ami a verseny jelentős torzulását eredményezheti, és akadályokat keletkeztethet a belső piac zökkenőmentes működésében. Ezek az eltérések bizonytalanságot idéznek elő abban a tekintetben, hogy milyen nemzeti szabályokat kell alkalmazni a fogyasztók gazdasági érdekeit sértő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra, valamint számos, az üzleti vállalkozásokat és a fogyasztókat érintő korlátot teremtenek. Ezek a korlátok növelik a belső piac nyújtotta szabadságok gyakorlásának költségeit az üzleti vállalkozások számára, különösen amikor határon átnyúló marketingtevékenységet, reklámkampányokat és eladásösztönzést kívánnak folytatni. Ezek a korlátozások továbbá elbizonytalanítják a fogyasztókat saját jogaikkal kapcsolatban, és megingatják a belső piacba vetett bizalmukat.

b) az irányelv hatálya – 3.cikk

Ezt az irányelvet az üzleti vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni.

c) az irányelv értelmezésében-fogalommeghatározások

fogyasztó: az a természetes személy, aki az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó kereskedelmi gyakorlatok során kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységén kívül eső célok érdekében jár el;

kereskedő: az a természetes vagy jogi személy, aki illetve amely az ezen irányelv szabályozási körébe tartozó kereskedelmi gyakorlatok során kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el, valamint aki a kereskedő nevében vagy javára jár el;

kereskedelmi gyakorlatok: a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával;

fogyasztók gazdasági magatartásának jelentős torzítása: kereskedelmi gyakorlat olyan célból történő alkalmazása, hogy érzékelhető módon rontsa a fogyasztó tájékozott döntés meghozatalára való képességét, és amely ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára ösztönzi a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg;

szakmai gondosság: a szakismeret és a gondosság azon szintje, amelynek gyakorlása ésszerűen elvárható a kereskedőtől a fogyasztóval szemben, a becsületes piaci gyakorlatnak és/vagy a jóhiszeműség általános alapelveinek megfelelően, a kereskedő tevékenységi körében;

nem megengedett befolyásolás: a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása nyomásgyakorlásra, akár fizikai erőszak alkalmazása vagy azzal való fenyegetés nélkül oly módon, amely jelentősen korlátozza a fogyasztónak a tájékozott döntés meghozatalára való képességét;

ügyleti döntés: a fogyasztó által arra vonatkozóan hozott döntés, hogy vásároljon-e, és ha vásárol, akkor hogyan és milyen feltételek mellett, egy összegben vagy részletekben fizessen-e, a terméket megtartsa vagy elidegenítse-e, a termékkel kapcsolatos szerződéses jogát gyakorolja-e, valamint hogy a fogyasztó a cselekvés vagy a cselekvéstől való tartózkodás mellett döntsön-e;

d) elkövetési magatartások

A UCP irányelv hármas szintű tilalmi rendszert vezetett be. Az első lépés mindig az adott magatartás vizsgálata abból a szempontból, hogy a feketelistás gyakorlatok közé tartozik-e.

Ha nem sorolható be, akkor következik annak a vizsgálata, hogy megtévesztő, vagy agresszív gyakorlat-e. Ha nem minősíthető egyiknek sem, akkor a legvégső lépés a generálklauzula alkalmazásának lehetősége, ami egy általános tilalom, így itt a bíróság kötelessége mérlegelni a releváns körülményeket.

általános tilalom-5.cikk

Tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazni.
--

tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat:

a) ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és b) 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.

Különösen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok:

I. Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok

A megtévesztő kereskedelmi gyakorlat tevőleges magatartás vagy mulasztás következménye is lehet.

a) Megtévesztő tevékenységek-6.cikk

Megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat, amennyiben hamis információt tartalmaz, és ezáltal valótlan, vagy bármilyen módon – ideértve a megjelenítés valamennyi körülményét – félrevezeti vagy félrevezetheti az átlagfogyasztót, még akkor is, ha az információ az alábbi elemek közül egy vagy több tekintetében tényszerűen helytálló, és feltéve bármelyik esetben, hogy ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készíti a fogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg
--

b) Megtévesztő mulasztások-7.cikk

Megtévesztőnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely a ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint kommunikációs eszközeinek korlátait is –, az átlagfogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges jelentős információkat hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

c) Feketelistás megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok-UCP irányelv I. melléklete

„minden körülmény között tisztességtelennek minősülnek”

A feketelistás gyakorlatok olyan tényállások, amelyek a jogalkalmazó hatóság, illetve a bíróság mérlegelése nélkül, minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek. Ezeket változtatás nélkül kellett átültetni a nemzeti jogba, felmerülésük esetén a hatóságok nem mérlegelhetik a jogsértés megtörténtét, hanem minden egyéb körülményre tekintet nélkül kötelesek eljárást indítani. A lista két részre oszlik: megtévesztő kereskedelmi gyakorlatokat (23 tényállás) és agresszív gyakorlatokat (8 tényállás) tartalmazó részekre.

1. Bizalmi jegyek és kódexek

- Annak valótlan állítása, hogy a kereskedő a magatartási kódex aláírója.
- Bizalmi jegy, minőségi jegy, vagy annak megfelelő jelzés megjelenítése a szükséges engedély nélkül.
- Annak valótlan állítása, hogy egy magatartási kódexet valamely közjogi, vagy egyéb szervezet jóváhagyott.
- Annak valótlan állítása, hogy egy kereskedőt (beleértve annak kereskedelmi gyakorlatait) vagy egy terméket valamely közjogi vagy magánszervezet elismert, jóváhagyott, vagy engedélyezett, vagy pedig az ilyen állítás az elismerési, jóváhagyási és engedélyezési feltételeknek való megfelelés nélkül.

2. Csalogató reklám

Termékek adott áron való megvásárlására történő felhívás, a kereskedő azon megalapozott feltételezésének elhallgatásával, hogy azokat vagy az azokat helyettesítő termékeket a kínált áron, a termék és az ajánlati ár figyelembevételével ésszerű időtartamon belül és mennyiségben nem fogja tudni sem leszállítani, sem más kereskedőtől beszerezni.

3. Bait-and switch reklám

Egy termék adott áron történő megvásárlására való felhívás, majd:

- a) a reklámozott termék fogyasztóknak való bemutatásának visszautasítása, vagy
- b) a termékre vonatkozó rendelés felvételének vagy a termék ésszerű időben való szállításának visszautasítása, vagy
- c) a termék egy hibás példányának bemutatása, egy másik termék eladásösztönzésének a szándékával (bait-and-switch reklám).

4. Korlátozott idejű ajánlatok

A fogyasztók azonnali döntéshozatalra kényszerítésének céljából hamisan annak állítása, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig kapható, vagy csak különleges feltételek mellett, nagyon korlátozott ideig lesz kapható, és ezáltal a fogyasztók megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől vagy alkalomtól.

5. Az értékesítés utáni szolgáltatás nyelve

Értékesítés utáni szolgáltatás biztosításának vállalása a fogyasztók részére úgy, hogy őket az ügylet megkötése előtt a kereskedő nem azon tagállam hivatalos nyelvén tájékoztatta az elérhetőségéről, amelyben letelepedett, majd ezután a szolgáltatást csak egy másik nyelven teszi hozzáférhetővé, anélkül, hogy a fogyasztót erről világosan tájékoztatná, még mielőtt ő az ügylet mellett döntene.

6. Jogszerűen nem forgalmazható termékek reklámja

Annak valótlan állítása, vagy olyan benyomás keltése, hogy a termék jogszerűen forgalmazható.

7. Megtévesztő látszat keltése a fogyasztó jogairól

A fogyasztók törvényes jogára vonatkozóan olyan látszat keltése, mintha az a kereskedő ajánlatának sajátossága lenne.

8. Szerkesztői reklám

Az írott és elektronikus sajtóban szerkesztői tartalom használata a termék eladásösztönzésére, amikor a kereskedő fizetett az eladásösztönzésért, ez azonban a fogyasztó számára nem derül ki világosan a tartalomból, a képekből, vagy a hangokból.

9. Biztonság, mint marketing érv

Jelentős tények hamis állítása a fogyasztó, illetve családja személyes biztonsága fenyegetettségének természetére és mértékére vonatkozóan, abban az esetben, ha a fogyasztó nem vásárolja meg a terméket.

10. Csalétek

Egy bizonyos gyártó által gyártott termékhez hasonló termék reklámozása oly módon, hogy a fogyasztó szándékos megtévesztés révén azt gondolja, hogy a – valóságtól eltérően – a terméket ugyanaz a gyártó gyártotta.

11. Piramis rendszerek

Piramis-elvre épülő olyan eladásösztönző rendszer létrehozása, működtetése, vagy támogatása, amelyben a fogyasztó annak lehetőségével számol, hogy jövedelemre tesz szert, amely elsősorban más játékosoknak a rendszerbe való belépéséből ered, nem pedig a termékek eladásából, illetve fogyasztásából.

12. Teljes végkiárusítás

Annak valótlan állítása, hogy a kereskedő felhagy a kereskedéssel, illetve üzlethelyiséget változtat.

13. Nyerési esély növelése

Annak állítása, hogy a termékek megkönnyítik a szerencsejátékokban való nyerést.

14. Gyógyító hatással kapcsolatos valótlan állítások

Annak valótlan állítása, hogy a termék alkalmas betegségek, illetve az emberi szervezet működési zavarainak vagy rendellenességeinek gyógyítására.

15. Piaci információ

Téves tényyszerű információ szolgáltatása a piaci feltételekről, illetve a termék fellelhetőségének lehetőségeiről, azzal a szándékkal, hogy a fogyasztót a terméknek a szokásos piaci feltételeknél kevésbé kedvező feltételek melletti megvásárlására bírják rá.

16. Nyeremények

A kereskedelmi gyakorlat során verseny meghirdetése, vagy az eladásösztönzés során nyeremény felajánlása, anélkül, hogy a meghirdetett, vagy azoknak megfelelő díjak (nyeremények) valóban kiosztásra kerülnének.

17. Ingyenes ajánlatok látszatának keltése

A termék „ingyenes”, „díjtalan”, „térítésmentes” vagy hasonló jelzőkkel való leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlat elfogadásának és a termék szállításának, illetve szállíttatásának elkerülhetetlen költségén felül bármit is fizetnie kell.

18. Meg nem rendelt termékek

A reklámanyagban számla vagy más hasonló, fizetési igényt megfogalmazó dokumentum küldése, amely tévesen azt a benyomást kelti a fogyasztóban, hogy már megrendelte a reklámozott terméket.

19. Fogyasztónak álcázott hivatásos kereskedő

Annak valótlan állítása, vagy olyan hamis benyomás keltése, hogy a kereskedő nem a saját kereskedésével, vállalkozásával, mesterségével vagy szakmájával kapcsolatos célból jár el, vagy hamis módon fogyasztóként való fellépés.

20. Értékesítés utáni szolgáltatás

Azon hamis benyomás keltése, hogy egy termékkel kapcsolatos értékesítés utáni szolgáltatás elérhető egy attól eltérő tagállamban, mint ahol a terméket eladták.

II. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

Általános megközelítés-8. cikk

Agresszívnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely ténybeli összefüggésében – figyelembe véve valamennyi jellemzőjét és körülményét – zaklatás, kényszerítés – ideértve a fizikai erőszak alkalmazását is –, illetve nem megengedett befolyásolás útján ténylegesen vagy valószínűsíthetően jelentősen korlátozza az átlagfogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási szabadságát vagy magatartását, s ezáltal ténylegesen vagy valószínűsíthetően az átlagfogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna.

a) Zaklatás, kényszerítés és nem megengedett befolyásolás-9.cikk

Annak meghatározásakor, hogy egy kereskedelmi gyakorlat alkalmaz-e zaklatást, kényszerítést –beleértve a fizikai erőszakot is –, illetve nem megengedett befolyásolást, a következőket kell figyelembe venni:

- a) időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama;
- b) fenyegető vagy gyalázkodó szóhasználat vagy magatartás;
- c) bármely, a kereskedő által ismert konkrét szerencsétlenség vagy a fogyasztó ítélőképességét súlyosan korlátozó körülmény kihasználása, amelyet a kereskedő a fogyasztó termékkel kapcsolatos döntésének befolyásolása céljából tesz;
- d) bármely súlyos vagy aránytalan, nem szerződéses akadály, amelyet a kereskedő támaszt, amikor a fogyasztó a szerződéses jogaival kíván élni, beleértve a szerződés megszüntetésének, illetve egy másik termékhez vagy másik kereskedőhöz való áttérésnek a jogát;
- e) bármely jogellenes cselekmény megtételével való fenyegetés.

b) Feketelistás agresszív kereskedelmi gyakorlatok

1. vásárlásra kényszerítés

Azon benyomás keltése a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el az üzlethelyiséget, amíg a szerződés létre nem jött.

2. agresszív házaló eladás

A fogyasztó személyes felkeresése a lakhelyén, figyelmen kívül hagyva annak távozásra és vissza nem térésre felszólító kérését, kivéve azon feltételek esetén és abban a mértékben,

amelyet a nemzeti jog a szerződéses kötelezettség végrehajtásának érdekében jogszerűnek ismer el.

3. Tartós, nem kívánt sürgetés

Telefonon, faxon, e-mailen, vagy más távközlési eszközön keresztül tartósan és nem kívánt módon a fogyasztó sürgetése, kivéve azon feltételek esetén és abban a mértékben, amelyet a nemzeti jog a szerződéses kötelezettség végrehajtásának érdekében jogszerűnek ismer el.

4. Kártérítési igények

Biztosítási kötvénnyel kapcsolatosan kártérítési igényt érvényesíteni kívánó fogyasztótól olyan dokumentumok bemutatásának megkövetelése, amelyek az igény érvényességének megítélése szempontjából ésszerűen nem tekinthetők irányadónak, vagy a vonatkozó írásbeli megkeresésre a válaszadás rendszeres elmulasztása azzal a céllal, hogy ez a fogyasztót visszatartsa szerződéses jogainak gyakorlásától.

5. Gyermeket megcélzó, közvetlen rábeszélés

A reklámban a gyermekek közvetlen felszólítása a reklámozott termékek megvásárlására, vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőttest, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott termékeket.

6. Nem kért értékesítés

Azonnali, vagy halasztott fizetés követelése a kereskedő által szállított termékekért, illetve azok visszaszállításának, vagy megőrzésének követelése, ha azokat a fogyasztó nem kérte.

7. Érzelmi nyomás

A fogyasztó kifejezetten arról való tájékoztatása, hogy amennyiben nem vásárolja meg az adott terméket, illetve szolgáltatást, veszélybe sodorja a kereskedő munkáját és megélhetését.

8. Nyeremény

Olyan hamis benyomás keltése, hogy a fogyasztó már megnyert, meg fog nyerni, vagy meghatározott cselekmény megtétele révén fog megnyerni egy nyereményt vagy egyéb előnyhöz jutni, miközben valójában:

–nincs nyereség vagy egyéb előny, vagy
–a nyereség vagy egyéb előny érvényesítésével kapcsolatos cselekmény megtétele ahhoz a feltételhez kötött, hogy a fogyasztó pénzt fizessen vagy költségek viselését vállalja.

II. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

a) általános meghatározás- 8.cikk

Agresszívnek minősül az a kereskedelmi gyakorlat, amely ténybeli összefüggésében – figyelembe véve valamennyi jellemzőjét és körülményét – zaklatás, kényszerítés – ideértve a fizikai erőszak alkalmazását is –, illetve nem megengedett befolyásolás útján ténylegesen vagy valószínűsíthetően jelentősen korlátozza az átlagfogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási szabadságát vagy magatartását, s ezáltal ténylegesen vagy valószínűsíthetően az átlagfogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna.

b) Zaklatás, kényszerítés és nem megengedett befolyásolás alkalmazása-9.cikk

Annak meghatározásakor, hogy egy kereskedelmi gyakorlat alkalmaz-e zaklatást, kényszerítést –beleértve a fizikai erőszakot is –, illetve nem megengedett befolyásolást, a következőket kell figyelembe venni:

- a) időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama;
- b) fenyegető vagy gyalázkodó szóhasználat vagy magatartás;
- c) bármely, a kereskedő által ismert konkrét szerencsétlenség vagy a fogyasztó ítélőképességét súlyosan korlátozó körülmény kihasználása, amelyet a kereskedő a fogyasztó termékkel kapcsolatos döntésének befolyásolása céljából tesz;
- d) bármely súlyos vagy aránytalan, nem szerződéses akadály, amelyet a kereskedő támaszt, amikor a fogyasztó a szerződéses jogaival kíván élni, beleértve a szerződés megszüntetésének, illetve egy másik termékhez vagy másik kereskedőhöz való áttérésnek a jogát;
- e) bármely jogellenes cselekmény megtételével való fenyegetés.

Ellenőrző kérdések:

1. Mi a különbség a megtévesztő és az összehasonlító reklámok között?
2. Mi minősül megtévesztőnek az uniós szabályozása alapján?

3. Mi takar az ún. feketelista?
4. Milyen módon épül fel az UCP tilalmi rendszere?

VI. Az Európai Bíróság joggyakorlata

1. Tisztességtelen verseny elleni küzdelem a joggyakorlatban

a) A Bíróság a legfontosabb európai igazságszolgáltatási szerv, amely a versenyjog egységes értelmezését és alkalmazását biztosítja az egész Unióban. Versenyjogi ügyekkel az EU Törvényszéke (a korábbi Elsőfokú Bíróság) foglalkozik, a fellebbezésekkel pedig a Bírósághoz lehet fordulni.

b) Az Európai Bíróság gyakran hivatkozik a fogyasztók érdekeinek védelmére az áruk és szolgáltatások szabad áramlásának korlátozásával összefüggésben.

Különösen a mennyiségi korlátozásokkal azonos hatású intézkedések tilalmát használva annak érdekében, hogy értelmezésével a tisztességtelen piaci magatartás és kereskedelmi gyakorlat egyes formáinak gátat szabjon.

A Törvényszék így az ügyek egy részében a fogyasztók védelmének szükségessége mellett a kereskedelmi gyakorlat és magatartás tisztességességének követelményét is hangsúlyozza.

(C-120/78, Cassis de Dijon, C-362/88, GB-Inno-BM, Case C-126/91 Yves Rocher, C-56/80 Dansk Supermarket)

Található néhány olyan jogeset is, ahol a Bíróság a szellemi tulajdon védelmével összefüggésben a tagállami intézkedéseket abból a szempontból vizsgálta, hogy azok biztosítják –e a kereskedelmi gyakorlat tisztességét, illetve a tisztességes versenyt.

2. Jelentősebb bírósági döntések

a) fogyasztó fogalma

C-16/83 Prantl-negatív fogyasztói fogalom

Egy infantilis, majdnem patológiailag gyengeelméjű, felelőtlen átlagos fogyasztó képe.
--

C-210/96 Gut Springenheide és Tusky kontra Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt (1998)

ECR I-04657, para.37.

A mintafogyasztó szintje az „átlagosan informált, figyelmes és értelmes átlagfogyasztó” szintjéhez igazodik.

C-220/98 Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. OHG v.Lancaster Group GmbH (2000)
ECR I-117

Egy ésszerű és tudatos fogyasztótól elvárható magatartást kell alapul venni a fogyasztóvédelmi szabályok alkalmazásakor, méghozzá olyan fogyasztót, akinek joga van a tájékoztatáshoz és ezeket megfelelően értékelni is tudja.

C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer (1999) ECR I-3819

Az átlagfogyasztónak csak ritkán van alkalma arra, hogy közvetlen összehasonlítás tegyen két különböző tulajdonság között, így bíznia kell abban a tökéletlen képben, melyet ezekről gondol.

b) tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fogalma

C-540/08. Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG és az „Österreich”-Zeitungsverlag GmbH, para. 45-46.

Ez a körülmény ugyanis a nemzeti bíróságot arra a megállapításra ösztönözheti, hogy a vitatott kereskedelmi gyakorlat az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének b) pontja értelmében jelentősen torzítja vagy torzíthatja a fogyasztó gazdasági magatartását.

Ez a körülmény azonban önmagában semmi esetre sem teszi lehetővé a bónusszal történő eladásnak az irányelv értelmében vett tisztességtelen piaci gyakorlattá minősítését. Az ilyen minősítéshez azt is ellenőrizni kell, hogy a kérdéses gyakorlat az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének a) pontja értelmében ellentétes-e a szakmai gondosság követelményeivel.

C-343/12 Euronics Belgium CVBA és a Kamera Express BV, Kamera Express Belgium BVBA (2013)

Így tehát a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben az ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja az átlagfogyasztó gazdasági magatartását.

c) reklám fogalma

C-657/11 Belgian Electronic Sorting Technology (Belgian Electronic Sorting Technology NV kontra Bert Peelaers és Visys NV.) 2013. para.35, 39.

A Bíróság korábbi megállapítása értelmében, figyelemmel arra, hogy e meghatározás meglehetősen tág, a reklám igen változatos formákat ölthet és így semmiképpen nem korlátozódik a klasszikus reklám formáira.

Ebből következően a „reklám” fogalmát nem lehet úgy értelmezni és alkalmazni, hogy az ezen irányelvek által előírt tisztességes verseny szabályai ne vonatkozzanak valamely kereskedőnek a fogyasztók gazdasági magatartásának befolyásolására alkalmas, és így e kereskedő versenytársaira is esetlegesen kiható, arra irányuló intézkedéseire, hogy árucikkait vagy szolgáltatásait népszerűsítse.

d) megtévesztő reklám esetei

C-220/98. sz. Estée Lauder-ügy- 27,31. para.

Annak érdekében, hogy eldönthető legyen, hogy egy leírás, kijelentés, kereskedelmi megtévesztő –e, egy átlagos fogyasztó elvárásait kell figyelembe venni, aki kellőképpen tájékozott és körültekintő.

C-159/09. Lidl áruházlánc ügye (Lidl SNC kontra Vierzon Distribution SA.) 2010

ECR-I-11761

- ha megtévesztő az átlagfogyasztó számára
- ha a mulasztás megvalósít megtévesztő reklámozást
- ha a reklám meggyőzi a fogyasztókat arról, hogy elérik az említett reklám által meghirdetett megtalarításokat, ha mindennapi szükségleti cikkeik vásárlását a reklámozónál, nem pedig említett versenytársánál végzik, illetve abban a téves feltevésben vásárolnak, hogy a reklámozó valamennyi áruja olcsóbb, mint a versenytársának áruja.
- a reklámban összehasonlított termékek objektív különbségeket mutatnak, amelyek alkalmasak arra, hogy jelentősen befolyásolják a vásárló döntését.

e) összehasonlító reklám fogalma

C-112/99 Toshiba Europe GmbH kontra Katun Germany GmbH. 2001
ECR-I-07945

Olyan reklámról van szó, bármilyen kommunikációs formában, amely közvetve vagy közvetlenül egy másik versenytársra, vagy annak termékére, szolgáltatására, utal; ebben a tekintetben nem szükséges, hogy a reklámozó és a versenytárs terméke vagy szolgáltatása közt jól látható, közvetlen összehasonlítás legyen.

C-44/01 Pippig Augenoptik GmbH & Co. KG kontra Hartlauer Handelsgesellschaft MbH és Verlassenschaft nach dem verstorbenen Franz Josef Hartlauer 2003, para.84.
ECR I-03095

Önmagában az árak összehasonlítása nem vonja maga után a versenytárs hírnevének romlását, mivel az az összehasonlítás egyik legtermészetesebb módja. Azon az alapon sem rontja a versenytárs hírnevét, hogy az egyes összehasonlított termékek árai közötti különbség nagyobb, mint a reklámozó és a versenytárs termékei közötti átlagos árkülönbség. Az összehasonlítás jogszerűségének nem feltétele, hogy olyan termékek kerüljenek összehasonlításra, melyeket a versenytársak azonos disztribúciós csatornákon keresztül szereznek be.

C-356/04 Lidl Belgium-ügy (Lidl Belgium GmbH & Co. KG kontra Etablissementen Franz Colruyt NV.) 2006
ECR-I-08501

az irányelv 3a. cikke (1) bekezdésének a) pontját úgy kell értelmezni, hogy a fő versenytársakhoz képest a reklámozó alacsonyabb árszintjét hirdető összehasonlító reklám, valamint egy termékmintára vonatkozó összehasonlítás megtévesztő jellegű, ha a reklám:

- nem tünteti fel, hogy az összehasonlítás csak egy ilyen mintára vonatkozik, és nem a reklámozó termékeinek egészére,
- nem határozza meg az elvégzett összehasonlítás elemeit, vagy nem tájékoztatja a címzettet arról az információforrásról, amelynél ez a meghatározás elvégezhető,
- együttes utalást tartalmaz a mindennapi szükségleti cikkek vásárlását az egyik, nem pedig a másik versenyző áruházláncnál végző fogyasztó által megvalósítható megtakarítási

sávra, anélkül hogy egyediesítené az egyes említett versenytársaknál alkalmazott általános árszintet illetően az azoknál egymáshoz képest elérhető megtakarítások összegét, amennyiben a reklámozónál, és nem annak valamely versenytársánál vásárolnak.

f) Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

C-281/12. Trento Sviluppo (Trento Sviluppo srl és Centrale Adriatica Soc. coop. arl kontra Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) 2013, para.38.

Valamely kereskedelmi gyakorlatot „megtévesztőnek” kell minősíteni, amennyiben egyrészt e gyakorlat hamis információt tartalmaz vagy félrevezetheti az átlagfogyasztót, és másrészt az említett gyakorlat valószínűsíthetően arra készíti a fogyasztót, hogy olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

C-122/10. Ving Sverige-ügy (Konsumentombudsmannen kontra Ving Sverige AB.) 2011
ECR- I-03903

megtévesztő mulasztás

A nemzeti bíróság feladata annak meghatározása, hogy az alsó ár megadása elegendő-e ahhoz, hogy az ár feltüntetésére vonatkozóan az említett rendelkezésben előírt követelményeket teljesültnek lehessen tekinteni. E bíróságnak különösen azt kell megvizsgálnia, hogy a végső ár kiszámítási módjának elhagyása nem akadályozza-e a fogyasztót abban, hogy tájékozott ügyleti döntést hozzon, és ennek következtében nem vezet-e ahhoz, hogy az olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Szintén figyelembe kell vennie az alkalmazott kommunikációs eszköz korlátait, a termék jellegét és tulajdonságait, valamint minden olyan egyéb intézkedést, amelyet a kereskedő annak érdekében tett, hogy az információt eljuttassa a fogyasztókhoz.

3. Az átültetéssel kapcsolatos joggyakorlat

a) Az átültetési problémák és jogviták leg többjében az **átültetési határidő** be nem tartása volt az ok. Hollandia, az Egyesült Királyság, Svédország, Finnország, Luxemburg, Litvánia, Németország, Spanyolország, Magyarország, Franciaország, Málta, Portugália és Románia sem teljesítette az átültetési határidőt.

b) Az átültetés során felmerülő másik probléma a tagállamok harmonizációs szintje. Az UCP irányelv maximum harmonizációs jellege azt jelentette ugyanis, hogy a tagállamok nem

fogadhatnak el a rendelkezéseinél szigorúbb előírásokat, még akkor sem, ha ezzel a fogyasztók magasabb szintű védelme valósulna meg.

VTB-VAB NV (C-261/07) és a Total Belgium NV, valamint a Galatea BVBA (C-299/07) és a Sanoma Magazines Belgium NV között folyamatban lévő eljárásokban, 52-54.para.

Az irányelv tehát az említett szabályokat közösségi szinten harmonizálja. Következésképpen, amint azt a 4. cikke kifejezetten elő is írja, és ellentétben a VTB és a francia kormány által előadottakkal, a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben foglaltaknál korlátozóbb intézkedéseket, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem.

Ezt követően meg kell állapítani, hogy az irányelv 5. cikke előírja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmát, és felsorolja azokat a kritériumokat, amelyek alapján e tisztességtelen jelleg megállapítható.

E rendelkezés (2) bekezdése értelmében tehát a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja az átlagfogyasztó gazdasági magatartását.

C-540/08. sz. a Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG és „Österreich“-Zeitungsverlag GmbH ügyben, 43-46. para.

Amint a jelen ítélet 35. pontjában megállapításra került, ha az irányelv hatálya alá tartozó valamely kereskedelmi gyakorlat nem szerepel az irányelv I. mellékletében, e gyakorlat csak a különösen az irányelv 5–9. cikkében felsorolt kritériumok alapján végzett külön elemzés alapján tekinthető tisztességtelennek, és csak ilyen elemzés alapján tiltható meg.

Az a körülmény, hogy a promóciós játékban való részvétel lehetősége az érintett kör legalábbis egy része számára döntő indoka az újság megvételének, egyike azoknak a tényezőknek, amelyeket a nemzeti bíróság az említett elemzés keretében figyelembe vehet.

Ez a körülmény ugyanis a nemzeti bíróságot arra a megállapításra ösztönözheti, hogy a vitatott kereskedelmi gyakorlat az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének b) pontja értelmében jelentősen torzítja vagy torzíthatja a fogyasztó gazdasági magatartását.

Ez a körülmény azonban önmagában semmi esetre sem teszi lehetővé a bónusszal történő eladásnak az irányelv értelmében vett tisztességtelen piaci gyakorlattá minősítését. Az ilyen minősítéshez azt is ellenőrizni kell, hogy a kérdéses gyakorlat az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének a) pontja értelmében ellentétes-e a szakmai gondosság követelményeivel.

Ellenőrző kérdések:

1. Milyen típusú ügyekben érvényesítette az Európai Bíróság a tisztességes verseny követelményét?
2. Hogyan határozta meg a Bíróság a fogyasztó fogalmát?
3. A tagállamokkal kapcsolatban milyen típusú ügyek kerültek a Bíróság elé?
4. Tipikusan melyik szintje foglalkozik az Európai Bíróságnak a versenyjogi ügyekkel?

VII. A tagállamok gyakorlata

Az Európai Unió jogalkotási törekvéseit megelőzően nem beszélhettünk egységes szabályozásról, sőt még egységes fogalmi háttérrel sem. A piaci magatartásra vonatkozó szabályozás az uniós iránymutatások mellett továbbra is a tagállam saját nemzeti szabályozását alkalmazza a területen, mely az elképzelések szerint egyre inkább hasonló elveket követ.

A legtöbb tagállamnak hosszú ideje létező szabályozása van az üzleti vállalkozások tisztességtelen versenytől való védelmére illetve az egymás közötti tisztességes kereskedelmi gyakorlatra vonatkozóan. A legutóbbi időkben pedig megjelent a fogyasztók irányában való védelmi törekvés is nemzeti szinten, főleg a megtévesztő piaci magatartással kapcsolatban.

Így tehát elmondható, hogy az utóbbi években valamennyi tagállam olyan mechanizmusokat alkotott meg, melyek a tisztességesség követelménye már nemcsak a vállalkozások, hanem a fogyasztók érdekeit érvényesítve is ellenőrzik a tagállami piacokat és azok működését.

a) Az uniós kötelezettségek előtti nemzeti szabályozási-modellek

1. Tisztességes versenyről szóló külön törvény:

Ausztria, Németország, Belgium, Luxemburg, Görögország, Lengyelország, Spanyolország, Szlovénia

Eredetileg ezek a törvények csak a vállalkozók egymás közötti viszonyaira vonatkoztatták a tisztességesség követelményét.

2. A versenyjogi törvény részeként külön fejezet foglalkozott a tisztességes verseny követelményeinek vállalkozások számára való előírásával. A fogyasztók számára külön törvény biztosította a tisztességes verseny elvárásait.

Franciaország, Olaszország

3. Külön fogyasztóvédelmi szabályozás

A tisztességes versenyre vonatkozó joganyag pedig egyre inkább kereskedelmi gyakorlatra és egyéb piaci magatartásokra vonatkozó előírásokat és szabályokat tartalmaz.

Svédország (a kereskedelmi gyakorlat tisztességét egy törvény garantálta, melynek elsődleges célja a fogyasztók védelme volt és csak másodsorban foglalkozott a vállalkozások tisztességtelen versenytől való megvédésével) Dánia

4 Más civiljogi törvény részeként szabályozták a tisztességtelen verseny elleni védelmet

Csehország (Kereskedelmi Törvénykönyv részeként), Hollandia (a Polgárjogi Törvénykönyv részeként)

5. Az uniós rendelkezéseket megelőzően **nem volt általánosan olyan szabályozás**, mely a kereskedelmi gyakorlatok tisztességére vonatkoztak volna.

Egyesült Királyság, Írország, Ciprus, Málta

b) Az uniós irányelvek átültetésének gyakorlata

Az UCP irányelv átültetésével kapcsolatban felmerült problémák az alábbiak szerint foglalhatók össze:

1. Az UCP irányelv előtt a tagállamok eltérően szabályozták a B2C és a B2B viszonyokat. Mivel az UCP irányelv csak az előbbire vonatkozik, ezért implementálása problémát okozott ott, ahol a két típusú viszonyt együtt szabályozták (pl. Németország, Ausztria), vagy nem rendelkeztek speciális szabályokkal a tisztességtelen piaci gyakorlatokra nézve (pl. Egyesült Királyság).

2. A tagállami szabályozások annyira eltérőek voltak, hogy az Unió törekedett a maximális harmonizációra legalább egy közös feltételrendszer, és fogalmi rendszer kidolgozása érdekében. Így például volt olyan tagállam, ahol a tisztességes verseny szabályozó előírások

hiánya (Egyesült Királyság, máshol az ezzel – közvetlenül, vagy közvetve – foglalkozó szabályok nagy száma jelentette a fő problémát. Csehország, Szlovénia, Szlovákia).

3. Egyes tagállamokban a jogrendszerben korábban nem szereplő /teljesen másképp definiált fogalmak, jogintézmények átvételét kellett megvalósítani.

4. A tagállamok általában a fogyasztót sem az irányelvben rögzített módon határozták meg (pl. Magyarország sem)

5. A tisztességtelen gyakorlatok beépítése azon tagállamok számára, melyek korábban egyáltalán nem foglalkoztak velük, vagy a kapcsolódó területekkel (pl. Egyesült Királyság, Észtország).

6. Az UCP irányelv nem engedi, hogy a tagállamok rendelkezéseinél szigorúbb szabályokat alkalmazzanak.

c) Az átültetés formái:

1. Önálló kódex-fogyasztóvédelmi törvény

A Cseh Köztársaság, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Málta, a Szlovén és a Szlovák Köztársaság, Hollandia, Egyesült Királyság

2. A tisztességtelen verseny elleni törvényt módosították

Németország, Ausztria

3. A piaci gyakorlatokat szabályozó külön jogszabályok módosítása

Belgium

4. A polgári, illetve a fogyasztóvédelmi jog szabályai közé történő implementáció

Észtország, Olaszország

Ellenőrző kérdések:

1. Hogyan csoportosítaná a nemzeti szabályozási modelleket az uniós szabályozást megelőzően?
2. Milyen átültetési problémák merültek fel a tagállamokban?
3. Hogyan oldották meg az uniós szabályok átültetését a tagállamokban?

VIII. Magyar szabályozás

1. Az uniós kötelezettségek előtti rendszer

- a) 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról (továbbiakban: Tpv.)-Versenytörvény
- b) 1997. évi LVIII. a gazdasági reklámtevékenységről szóló (továbbiakban: Grtv.)-hatályon kívül helyezve

2. Jelenlegi rendszer

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényt (továbbiakban: Fttv.) szokás UCP törvényként is aposztrofálni, mivel az átültetés jelentős része e jogszabály megalkotása révén valósult meg.

a) a törvény hatálya-1.cikk

Ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait.

b) fogalmi alapvetések

fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy

kereskedelmi gyakorlat: a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.

Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely

- a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait - 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, és
b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).

agresszív kereskedelmi gyakorlat: amely - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt - pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással - akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén - az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Összeségében:

- a) Az Fttv.-be átvételre került többek között a kereskedelmi gyakorlat, illetve a fogyasztó fogalma.
- b) A törvény kis változásokkal átveszi az irányelv meghatározásait a generálklauzula, a különösen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, valamint a minden körülmények között tisztességtelennek minősülő magatartás definiálása során.
- c) Az irányelv hatálya kizárólag a kereskedők és fogyasztók közötti kereskedelmi kapcsolatot érinti. Magyarországon e viszonyokban tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kapcsán, a verseny érdemi érintettsége esetén a GVH, míg annak hiányában a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (a továbbiakban: NFH). hivatott eljárni.

3. Az átültetés Magyarországon **további jogszabályok** megalkotását, illetve módosítását vonta maga után. Az Fgytv. tartalmazza a fogyasztók érdekeit általánosságban védő normák zömét, így az új jogszabályok megalkotása mellett e törvény passzusait is összhangba kellett hozni az irányelv támasztotta követelményekkel.

- a) 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól (a továbbiakban: új reklámtörvény)
- b) 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről (a továbbiakban: Fgytv.) módosításai
- c) 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról (továbbiakban: Tpv.)-Versenytörvény módosításai

4.Eljáró hatóságok

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a **fogyasztóvédelmi hatóság** jár el, kivéve ha pénzügyi piacokat érint, mert akkor a **Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete**, valamint ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, mert akkor a **Gazdasági Versenyhivatal** jár el.

Hatáskörök elosztása

B2C viszonyok

Verseny érdemi érintettsége esetén: Fttv alapján GVH

Versenyt érdemben nem érintő kereskedelmi gyakorlatok esetén: Fttv alapján NFH illetve PSZÁF

B2B viszonyok

Új Reklámtörvény alapján GVH

Versenytörvény alapján GVH

(A verseny érdemi érintettségét az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, illetve az érintett vállalkozás mérete határozza meg.)

Ellenőrző kérdések:

1. Sorolja fel azokat a törvényeket, melyek rendelkezéseket tartalmaznak a tisztességtelen piaci magatartás és kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában!
2. Melyik törvény tekinthető az UCP irányelv magyar átültetésének?
3. Milyen hiányosságok vannak a magyar gyakorlatban?
4. Mely szervek rendelkeznek hatáskörrel a tisztességtelen verseny elleni fellépésre?

IX. Új jogterület? Unfair competition Law

A „tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat” fogalma a múltban a tagállamok közötti eltérésektől függően került meghatározásra. Ezentúl viszont Európában mindenütt azonos kritériumok alapján értékelik majd a különböző kereskedelmi gyakorlatokat. Erre vonatkozóan az uniós szabályozás jelentős eredményeket ért el, mely a következőkben foglalható össze:

a) A UCP irányelv egységet teremtett. Az irányelvet megelőzően a tagállamok szabályozása különbözött egymástól. Az uniós szabályozása ezt kívánta felszámolni, különösen az UCP irányelvnek köszönhetően a korábbi jogi széttagoltság megszűnőben, egy jogforrásba koncentrált a kereskedők fogyasztókkal szemben alkalmazott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatait.

b) Az UCP irányelv előtt az uniós szabályozás minimum harmonizációs jellegű volt, tehát a tagállamok eltérhettek, alkalmazhattak kedvezőbb előírásokat is. Az UCP irányelv azonban már nem engedett eltérést rendelkezéseitől.

c) Jelentős fogalmak továbbra is eltérnek a tisztességtelen piaci magatartásokhoz kapcsolódva. Ezeknek a következetlenségeknek a felszámolása továbbra is fontos lenne. Az UCP irányelv korábban nem használt fogalmakat, kifejezéseket is bevezetett a tagállamok jogrendszerébe. Másrészt a tagállamok végrehajtással kapcsolatos szabályai és szervei lerombolják az EU harmonizációs törekvéseit. A tagállamok hatósági gyakorlata és rendszere jelentősen eltér. Az egység megteremtése ugyanakkor a végrehajtás/jogalkalmazás esetében is szükséges lenne: ha a gyakorlatban a különböző tagállami szervek más-más döntést hoznak ugyanazon tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra nézve, akkor az irányelv céljai megghiúsulnak és a fogyasztók bizonytalan, méltánytalan helyzetben maradnak.

d) Erősödött a fogyasztóvédelmi szemlélet

e) A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok folyamatosan fejlődő területet jelentenek: A UCP irányelvhez kapcsolódóan mind uniós szinten, mind a tagállamok rendszerében új jogszabályok és iránymutatások születnek. Viszont szükséges a tagállami szabályozás kijavítása, pontosítása.

f) Az Unió az egységes közösségi szintű fogyasztóvédelmi jogalkalmazás érdekében - a tagállami versenyhatóságokat összefogó Európai Versenyhálózat (ECN) mintájára - felállította az európai fogyasztóvédelmi hatóságok hálózatát. A hálózat csak a fogyasztók megtévesztésével megvalósuló - az integráció előrehaladtával megszorodó - határon átnyúló jogsértések esetén lép működésbe.