

A fogyasztókkal szembeni tisztelességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma

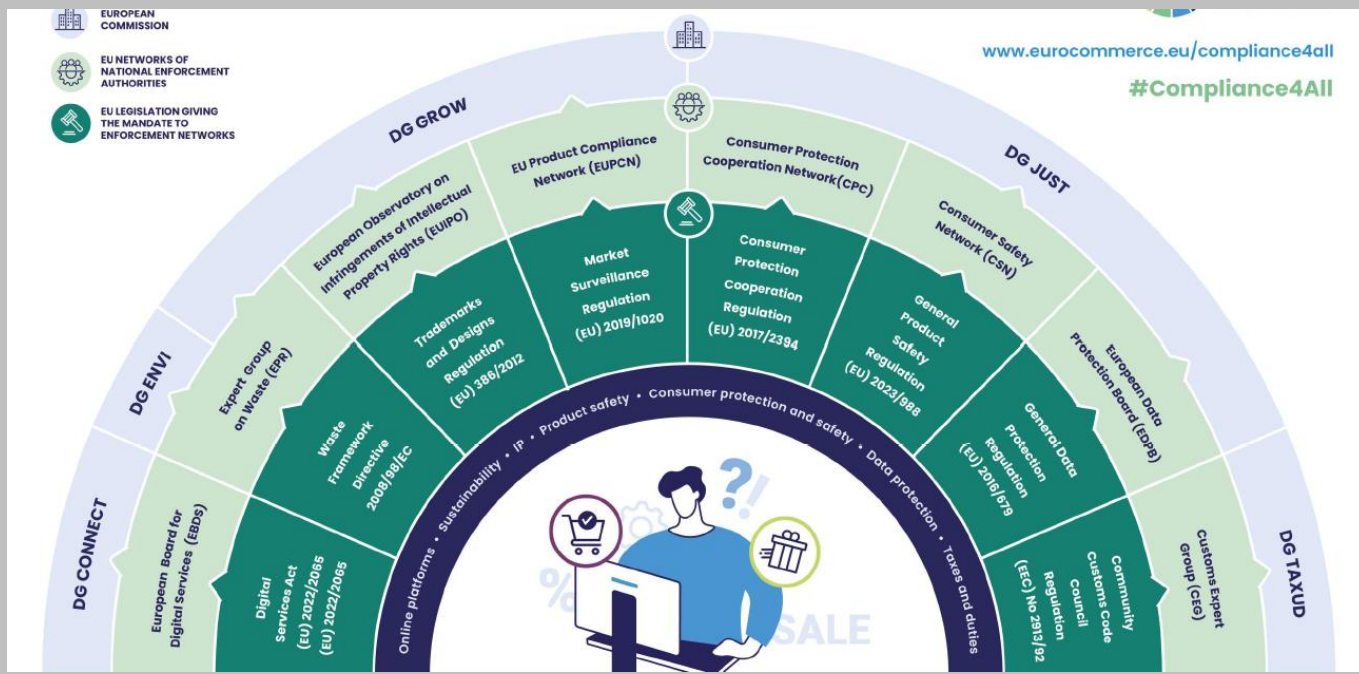
dr. Szabó Kenéz

Tartalom

- 1 Európai Unió jogi háttér
- 2 Eljáró hatóságok
- 3 Feketelistás kereskedelmi gyakorlatok
- 4 Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok
- 5 Agresszív kereskedelmi gyakorlatok
- 6 Generálklauzula és átlagfogyasztó
- 7 Az átlagfogyasztó magatartásának megítélése
- 8 Sérülékeny fogyasztói rétegek
- 9 Digitális fogyasztóvédelem
- 10 Esetjog
- 11 (További) sötét mintázatok
- 12 Versenyfelügyeleti eljárás és a bírság mértéke

1. Európai Unió jogi háttér

- A fogyasztók védelmének magas szintje (EU Alapjogi Charta 38. cikk)
- Megosztott hatáskör Unió és tagállamok között (EUMSZ 4. cikk (2) f)),



1. Európai Unió jogi háttér



- Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK Irányelve a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról („**UCP Directive**”)
- Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához („**UCPD Guidance**”)
- Magyar jogba való implementáció:
 - 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról („**Fttv.**”)



2. Eljáró hatóságok (Fttv. 10 - 12.§)



BUDAPEST FŐVÁROS
KORMÁNYHIVATALA

- Főszabály: fogyasztóvédelmi hatóság – területileg illetékes kormányhivatal fogyasztóvédelmi osztálya
- Gazdasági Versenyhivatal („GVH”) a gazdasági verseny érdemi érintettsége esetén
 - országosan vagy legalább három vármegyében megvalósuló gyakorlat
- Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal („NÉBIH”) kettős minőség esetén
- Magyar Nemzeti Bank („MNB”) a pénzügyi fogyasztóvédelem területén, kivéve, ha a verseny érdemi érintettsége fennáll



3. Feketelistás kereskedelmi gyakorlatok (Fttv. melléklet)

- Kereskedelmi gyakorlatok értékelése:
 - fekete listás? ha nem: → megtévesztő/agresszív? ha nem: → a generálklauzulába ütközik-e?
- Fekete listás kereskedelmi gyakorlatok:
 - minden körülmények között tisztességtelenek, további értékelésnek nincs helye a jogsértés megállapíthatóságának szempontjából
 - 35 tagú felsorolás, amelyet az Fttv. melléklete tartalmaz
 - pl.: minőségi jelzés jogosulatlan feltüntetése, csalogató reklám, a fogyasztó törvényes jogának olyanként való bemutatása, mintha azok a vállalkozás ajánlatának sajátosságai lennének, szerkesztői tartalomnak álcázott reklám, valótlan fogyasztói értékelések



4. Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok (Fttv. 6 – 7. §)



- Valótlan információ vagy valós tény, de figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére megtévesztő és ezáltal torzul a fogyasztói magatartás
- Az Fttv. felsorolja, hogy ez ilyen információ vagy tény mire vonatkozhat, pl.:
 - a termék létezésére, lényeges jellemzőire, árára, a hozzá kapcsolódó szolgáltatásokra, alkatrészekre, cserére vagy javításra, ügyfélszolgálatra, a fogyasztó jogaira/ az őt esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezményekre
- További megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok:
 - jellegbitorlás (Fttv. 6 § (2) a) és Tpv. 6. §), kettős minőség, magatartási kódexben foglalt követelmény be nem tartása, megtévesztő mulasztás

5. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok (Fttv. 8. §)



- Pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlás, ami alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos döntését, és ezáltal torzul a fogyasztói magatartás
 - pl.: hatalmi helyzet kihasználása, zavarás, sürgetés, fenyegetés, félelemkeltés, becsmélés, terméktől/szolgáltatástól való elállás indokolatlan akadályoztatása,
- Körülmények, amelyeket az értékeléskor figyelembe kell venni:
 - időzítés, hely, alkalmazás időtartama, alkalmazott szóhasználat jellege, összhatás



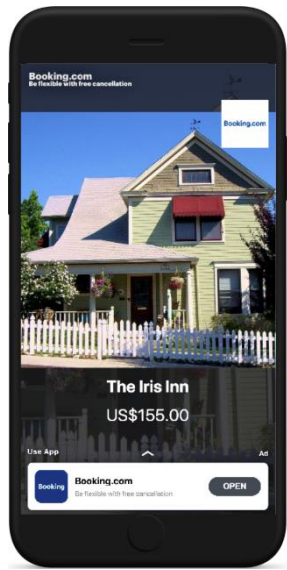
6. Generálklauzula és átlagfogyasztó (Fttv. 3 – 4. §)

- Tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat
 - tisztességtelen különösen, ha megtévesztő, agresszív vagy feketelistás
- szakmai gondosság követelménye
 - észszerűen elvárható szintű szakismeret, a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondosság
- fogyasztói magatartás torzítása
 - átlagfogyasztó magatartásának alapul vétele: aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el
 - a reklámban túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentések megengedettek (vékony jég)
- bizonyos iparági vagy európai uniós szabályok az Fttv.-ben előírtaknál szigorúbb szabályokat is előírhatnak



7. Az átlagfogyasztó magatartásának megítélése

- Észszerűen körültekintő fogyasztó (**C-470/93 Mars**)
 - 10% -kal nagyobb eredeti áron, de a jelölés a csomagolás teljes felületének közel 30% -át foglalta el
 - ~ tudja, hogy nem feltétlenül van összefüggés a termék mennyiségének növekedésével kapcsolatos reklámcímkék és a termék tényleges növekedés között
- Adott helyzetben elvárhatóság (helyzethez kötött figyelem)
 - nem minden élethelyzetben körültekintő egyenlő mértékben
 - online tér önmagában nem indokolja, hogy más fogyasztói modellt vegyünk alapul (**VJ/17/2018. Booking**) – de figyelemmel kell lenni: információs aszimmetriára, (non)vizuális jellemzők összhatására
- Fogyasztók egy meghatározott (sérülékeny) köre
 - gyerekek, idősek, betegek, függők, azonos hobbit űzők



Környezetvédelemhez kötődő állítások
piaci szereplők általi kialakítása és
alkalmazása, ehhez kapcsolódó
javaslatok és iránymutatás
megfogalmazása

A Gazdasági Versenyhivatal AL/535/2022. számú
piacellenzérésének eredményeként készült
tanulmány



A mesterséges intelligencia piaci
versenyre és fogyasztókra gyakorolt
hatásainak vizsgálata

A Gazdasági Versenyhivatal AL/234/2024. számú piacellenzérésének eredményeként készült
tanulmány

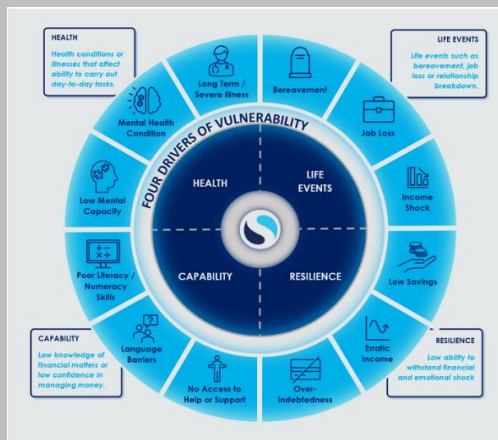


7. Az átlagfogyasztó magatartásának megítélése

- Átlagfogyasztó zöld állításokra adott reakciója
 - vásárlási szándék növekedése
 - félreértik a karbonsemlegességre vonatkozó állítást (**Urt. v. 30.6.2022 – 6 U 46/21 Szemeteszsák-ügy**)
 - a szöveg és címke együttes megjelenésének van a legnagyobb hatása
- Átlagfogyasztó magatartása mesterséges intelligencia hatására
 - böngészőben való keresés: sok találatból válogathat a fogyasztó
 - generatív mesterséges intelligencia: egy válasz áll csak rendelkezésre
 - hamis fogyasztó értékelések és *deepfake*: egyre nehezebb felismerni, megtévesztő lehet
 - a szociális médiánál is jobban képes befolyásolni emberi érzéseket, véleményeket

8. Sérülékeny fogyasztói rétegek (Fttv. 4. § (2))

- Koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk
- Gyógyhatás, egészségre ható állítás
- VJ/36/2021. – Norbi Update
 - „elmúlik a cukorbetegség, elmúlik a magas vérnyomás” állítások betegeket és túlsúllyal küzdőket is céloznak
- VJ/35/2022. – Deutsche Lotto – engedély nélküli szerencsejáték



9. Digitális fogyasztóvédelem

- Digital Fairness Act
 - Digital Fairness Fitness Check
 - 2011/83/EU Irányelv a fogyasztók jogairól (CRD)
 - 93/13/EGK Irányelv a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről (UTCD)
 - 2005/29/EK Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról (UCPD)
 - Nem egységes a jogalkalmazás (CPC Hálózat)
 - Új technikai kihívások
 - az online térben mindenki egy kicsit sérülékenyebb
 - Gyermekvédelem
 - Információs aszimmetria (adatkezelés)



10. Esetjog



- Fekete listás kereskedelmi gyakorlatok
 - **VJ/22/2022. és VJ/23/2022.** Bensons Europe s.r.o. és Yzer s.r.o. – azt a hamis benyomást keltették, hogy jogszerűen forgalmaznak elektronikus cigarettákat
 - **Vj/30/2016.** Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt – becsalogató reklámja „Fa babaház” elnevezésű termék kapcsán akciós újságban és online
- Megtévesztő kereskedelmi gyakorlatok
 - **VJ/10/2022.** Vodafone Magyarország Zrt – „*Európa legnagyobb 4G hálózata*” – nem megfelelően alátámasztott piacelsőségi állítás
 - **VJ/33/2018.** Emporia Style Kft. (Ékszer TV) – a bemutatott ékszerek nem rendelkeztek a megjelölt tulajdonságokkal (a Pápa áldásával, eredeti Swarovski, stb.)

10. Esetjog

- Agresszív kereskedelmi gyakorlatok
 - **VJ/64/2017.** HelloPay Zrt. – bakkártya terminálokon 10%-os borrávaló mérték alapbeállításával pszichés nyomást gyakorlása (a tömegre, zajra, és sorban állásra való tekintettel)
 - **VJ/16/2020.** Alza.hu Kft. – „Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket” – tartalma és vizuális megjelenítése összhatása révén pszichés nyomásgyakorlás kifejtésére alkalmas módon sürgető üzenet
- Generálklauzulás kereskedelmi gyakorlatok
 - **VJ/1/2023.** Wizz Air Zrt. – automatikus utasfelvételi szolgáltatása állításával ellentétben nem volt minden reptéren elérhető
 - **Vj/64/2015.** Fressnapf Hungária Kft. – pecsétgyűjtő kampányának feltételeit időközben változtatta



11. (További) sötét mintázatok

- Fogasztókat internetes csatornákon keresztül elérő digitális kereskedelmi gyakorlat, amely torzítja vagy gyengíti a fogyasztók döntési autonómiáját → technikai, vizuális eszközök használata amelyekkel egy internetes felületen az egyes választási lehetőségek kialakíthatók.
- A pszichés nyomásgyakorlásra való tekintettel agresszív kereskedelmi gyakorlatok az online térben
 - érthetetlen és kétértelmű információk,
 - alapértelmezett beállítások,
 - sürgősség érzetének keltése,
 - *bait and switch*,
 - *scarcity bias*,
 - csepegtető árazás
 - szolgáltatás lemondásának megnehezítése
 - virtuális játékok fizetőeszközeit érintő befolyásolás

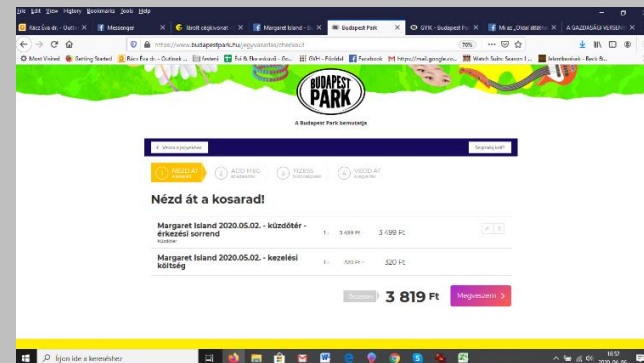
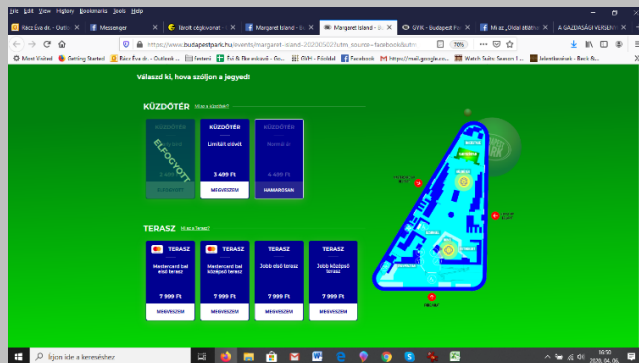
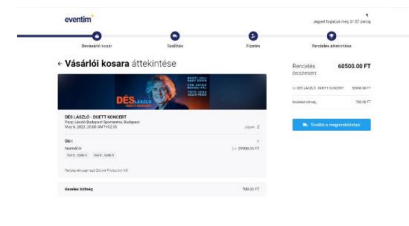
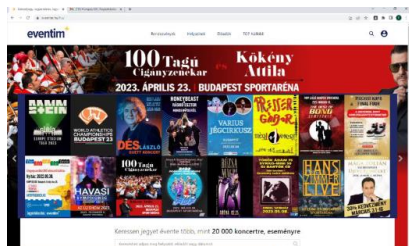


11. (További) sötét mintázatok

- Alapértelmezett beállítások
 - **VJ/39/2024** Notino – alapbeállításként előre „kipipált” lehetőséget használ a környezetbarát csomagolásra és a küldemény biztosítására vonatkozóan – folyamatban
- Sürgősség érzetének keltése
 - **VJ/33/2018** Emporia – korlátozott darabszám és hátralévő idő jelzése, telefonálók számának kijelzése, miközben későbbi adásokban is elérhető volt a termék
 - a fogyasztó azonnali döntéshozatalra készítése céljából annak valótlan állítása, hogy az áru (bizonyos feltételek mellett) csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre (Fttv. melléklet 7. pont)
 - **VJ/15/2023** AboutYou – termék korlátozott elérhetőségére vonatkozó üzenetek a vásárlás teljes folyamatában, akciós termékeknél visszaszámláló óra (akkor is lehet agresszív, ha az üzenet tartalma valós) – 505 M Ft bírság + 500 M Ft kötelezés

11. (További) sötét mintázatok

- Csepegtető árazás
 - VJ/17/2020 és VJ/11/2023, Kultúrpark és Eventim – hirdetésekben elhallgatta a kezelési / „szállítási” költség felszámítását, a vásárlási folyamat során is csak a kosárba helyezést követően derült ki ez az információ, illetve a pontos összeg



12. Versenyfelügyeleti eljárás és a bírság mértéke

- Panasz/Bejelentés/Saját észlelés → versenyfelügyeleti eljárás
- Versenyfelügyeleti eljárás két szakasza
 - Vizsgálat
 - Versenytanácsi eljárás
- Jogorvoslat (Fővárosi Törvényszék kizárólagos hatásköre)
- Vállalkozás anyagi helyzete (előző évi nettó árbevétel alapján)
- Jogsértő gyakorlatra fordított költség és az abból származó bevétel
- Elért fogyasztói kör
 - Sérülékenysége
 - Létszáma
- Együttműködés a hatósággal
 - Kötelezettségvállalás (pl.: fogyasztói kompenzáció, edukáció)
 - Nem állapítják meg a jogsértést, de annak hiányát sem
 - Jogorvoslatól való lemondás
 - Előzetes/utólagos megfelelési program



Köszönöm a figyelmet!

