



Tartalom

IV Tájékoztatások

AZ EURÓPAI UNIÓ INTÉZMÉNYEITŐL, SZERVEITŐL, HIVATALAITÓL ÉS ÜGYNÖKSÉGEITŐL
SZÁRMAZÓ TÁJÉKOZTATÁSOK

2021/C 526/01	A Bizottság közleménye – Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához ⁽¹⁾ 1
2021/C 526/02	A Bizottság közleménye – Iránymutatás a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 6a. cikkének értelmezéséről és alkalmazásáról ⁽¹⁾ 130

IV

(Tájékoztatások)

**AZ EURÓPAI UNIÓ INTÉZMÉNYEITŐL, SZERVEITŐL,
HIVATALAITÓL ÉS ÜGYNÖKSÉGEITŐL SZÁRMAZÓ
TÁJÉKOZTATÁSOK****A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE**

Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához

(EGT-vonatkozású szöveg)

(2021/C 526/01)

TARTALOM

	<i>Oldal</i>
BEVEZETÉS	5
1. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV HATÁLYA	5
1.1. Tárgyi hatály	5
1.1.1. A kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó, de a fogyasztók gazdasági érdekein kívüli érdekeket védő nemzeti jogszabályok	6
1.1.2. Az üzleti vállalkozások közötti ügylettel kapcsolatos vagy a kizárólag a versenytársak gazdasági érdekeit sértő kereskedelmi gyakorlatok	7
1.2. Az irányelv és egyéb uniós jogszabályok közötti kölcsönhatás	8
1.2.1. Kapcsolat más uniós jogszabályokkal	8
1.2.2. Másik uniós jogszabály által „jelentősnek” minősített információ	10
1.2.3. Kölcsönhatás a fogyasztók jogairól szóló irányelvvel	12
1.2.4. Kölcsönhatás a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvvel	13
1.2.5. Kölcsönhatás az árak feltüntetéséről szóló irányelvvel	15
1.2.6. Kölcsönhatás a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelvvel	16
1.2.7. Kölcsönhatás a szolgáltatási irányelvvel	17
1.2.8. Kölcsönhatás az elektronikus kereskedelemről szóló irányelvvel	17
1.2.9. Kölcsönhatás az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvvel	17

1.2.10. Kölcsönhatás az általános adatvédelmi rendelettel és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvvel	18
1.2.11. Kölcsönhatás az EUMSZ 101–102. cikkével (uniós versenyszabályok)	19
1.2.12. Kölcsönhatás az Európai Unió Alapjogi Chartájával	20
1.2.13. Kölcsönhatás az EUMSZ 34–36. cikkével	20
1.2.14. Kölcsönhatás a platformok és az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokról szóló rendelettel	21
1.3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az önszabályozás közötti viszony	21
1.4. Jogérvényesítés és jogorvoslat	22
1.4.1. Közjogi és magánjogi jogérvényesítés	22
1.4.2. Szankciók	22
1.4.3. Fogyasztói jogorvoslat	25
1.4.4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazása a harmadik országokban székhellyel rendelkező kereskedőkre	25
2. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV FŐ FOGALMAI	25
2.1. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv működése – Folyamatábra	25
2.2. A kereskedő fogalma	26
2.3. A kereskedelmi gyakorlat fogalma	28
2.3.1. Értékesítés utáni gyakorlatok, beleértve az adósságbehajtási tevékenységeket	29
2.3.2. A fogyasztóktól termékeket vásárló kereskedők	30
2.4. Ügyleti döntési teszt	30
2.5. Átlagfogyasztó	33
2.6. Kiszolgáltatott fogyasztók	35
2.7. 5. cikk – Szakmai gondosság	36
2.8. 6. cikk – Megtévesztő tevékenységek	38
2.8.1. Általános megtévesztő tájékoztatás	39
2.8.2. Árkedvezmények	41
2.8.3. Megtévesztő marketing	42
2.8.4. A magatartási kódexek be nem tartása	43

2.8.5. „Kettős minőségű” forgalmazás	44
2.9. 7. cikk – Megtévesztő mulasztások	49
2.9.1. Jelentős információ	50
2.9.2. Rejtett marketing/a kereskedelmi szándék megnevezésének elmulasztása	50
2.9.3. Jelentős információ homályos módon történő rendelkezésre bocsátása	51
2.9.4. Ténybeli körülmények és a használt kommunikációs eszköz korlátai	52
2.9.5. Jelentős információk a vásárlásra való felhívásban – 7. cikk (4) bekezdés	53
2.9.6. Ingyenes próbák (minták) és előfizetési csapdák	58
2.10. 8. és 9. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok	59
3. A KERESKEDELMİ GYAKORLATOK FEKETELISTÁJA (I. MELLÉKLET)	60
3.1. A jogszerűen nem forgalmazható termékek – 9. pont	61
3.2. Piramisrendszerek – 14. pont	62
3.3. A betegségek, zavarok vagy rendellenességek gyógyítására alkalmas termékek – 17. pont	63
3.4. Az „ingyenes” szó alkalmazása – 20. sz. pont	66
3.5. Rendezvényekre szóló, automatizált eszközökkel megvásárolt jegyek viszonteladása – 23a. pont	69
3.6. Tartós marketing távközlési eszközön keresztül – 26. pont	69
3.7. Közvetlenül gyermekeknek szóló felhívások – 28. pont	70
3.8. Nyeremények – 31. pont	71
4. A TISZTESSÉGTelen KERESKEDELMİ GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV ALKALMAZÁSA KONKRÉT TERÜLETEKEN	72
4.1. Fenntarthatóság	72
4.1.1. Környezetbarát jellegre vonatkozó állítások	72
4.1.1.1. Kölcsönhatás a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokkal foglalkozó egyéb uniós jogszabályokkal	73
4.1.1.2. Fő alapelvek	75
4.1.1.3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra	76
4.1.1.4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra	79
4.1.1.5. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra	81

4.1.1.6. Az I. melléklet alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra	82
4.1.1.7. A környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állítások	83
4.1.2. Tervezett elavulás	84
4.2. Digitális ágazat	86
4.2.1. Online platformok és kereskedelmi gyakorlataik	87
4.2.2. A harmadik felekkel kötött fogyasztói szerződések közvetítése	89
4.2.3. A keresési eredmények átláthatósága	90
4.2.4. Felhasználói értékelések	93
4.2.5. Közösségi média	96
4.2.6. Véleményformáló marketing	97
4.2.7. Adatközpontú gyakorlatok és sötét minták	99
4.2.8. Árképzési gyakorlatok	102
4.2.9. Szerencsejáték	103
4.2.10. Földrajzi hely-meghatározó technológiák alkalmazása	105
4.2.11. Fogyasztói függés	106
4.3. Utazási és szállítási ágazat	107
4.3.1. Több területet érintő kérdések	107
4.3.2. Szervezett utazás	109
4.3.3. A szálláshelyek időben megosztott használati jogára vonatkozó szerződések	109
4.3.4. Különösen a légi közlekedésre vonatkozó kérdések	110
4.3.5. A gépjárműkölcsönzés sajátos kérdései	114
4.3.6. Különösen az utazásfoglalási honlapokra vonatkozó kérdések	115
4.4. Pénzügyi szolgáltatások és ingatlanok	116
4.4.1. Több területet érintő kérdések	116
4.4.2. Az ingatlanok sajátos kérdései	117
4.4.3. A pénzügyi szolgáltatások sajátos kérdései	118
MELLÉKLET	121

BEVEZETÉS

A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽¹⁾ (a továbbiakban: a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti ügyletek során alkalmazott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat szabályozó átfogó uniós jogszabály. Minden olyan kereskedelmi gyakorlatra alkalmazandó, amely az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti ügylet előtt, alatt és után történik.

Ezen iránymutató közlemény (a továbbiakban: közlemény) célja az irányelv megfelelő alkalmazásának elősegítése. A dokumentum az iránymutatás 2016. évi változatára⁽²⁾ épül, és annak helyébe lép. A közlemény célja továbbá, hogy Unió-szerte valamennyi érdekelt fél, így a fogyasztók, az üzleti vállalkozások, a tagállami hatóságok – többek között a nemzeti bíróságok és a jogi szakemberek – körében növelje az irányelv ismertségét. Az (EU) 2019/2161 európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽³⁾ által az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése érdekében bevezetett, 2022. május 28-tól alkalmazandó módosításokra is kiterjed. Ennek megfelelően az iránymutatás egy része olyan szabályokat tükröz és tárgyal, amelyek e közlemény kiadásának időpontjában még nem léptek hatályba. A vonatkozó szakaszok és pontok jelölése egyértelmű. Ahol az irányelvből vagy a bírósági ítéletekből idézett szövegek vizuális kiemelés tartalmaznak, ott ezeket a Bizottság adta hozzá.

E közlemény címzettjei az uniós tagállamok, valamint – az Európai Gazdasági Térségről (EGT) szóló megállapodás aláíró feleként – Izland, Liechtenstein és Norvégia. Ahol a szöveg az EU-t, az Uniót vagy az egységes piacot említi, ott tehát az EGT-t, illetve az EGT piacát is érteni kell.

E közlemény csupán iránymutatásként szolgál, jogi hatállyal kizárólag az uniós jogi aktusok szövege rendelkezik. A jog bármilyen hiteles értelmezését az irányelv szövegéből és közvetlenül a Bíróság határozataiból kell levezetni. Ez a közlemény a Bíróság által 2021. októberéig meghozott ítéleteket veszi figyelembe, és nem képes megjósolni a Bíróság ítékezési gyakorlatának jövőbeni alakulását.

A jelen dokumentumban leírt vélemények nem előlegezik meg az Európai Bizottságnak a Bíróság előtt esetleg képviselendő álláspontját. A dokumentumban foglalt információk általános jellegűek, és nem konkrét természetes vagy jogi személyeknek szólnak. Az alábbi információk esetleges további felhasználásáért sem az Európai Bizottság, sem az Európai Bizottság nevében eljáró más személy nem tehető felelőssé.

Mivel ez a közlemény az írásakor aktuálisnak tekintett szakmai álláspontot tükrözi, előfordulhat, hogy a benne foglalt iránymutatás később módosításra szorul.

1. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV HATÁLYA

3. cikk (1) bekezdés

Ezt az irányelvet az üzleti vállalkozásoknak a termékhez kapcsolódó kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően és azt követően, valamint a lebonyolítás során, a fogyasztókkal szemben folytatott, az 5. cikkben meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatára kell alkalmazni.

Az irányelv horizontális jellegű, és a fogyasztók gazdasági érdekeit védi. Elveken alapuló rendelkezései a gyakorlatok széles körével foglalkoznak, és elég széles körűek ahhoz, hogy a gyorsan fejlődő termékekre és értékesítési módszerekre is vonatkozzanak.

1.1. Tárgyi hatály

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a **teljes harmonizáció** elvén alapul. A belső piaci akadályok felszámolása, valamint a fogyasztók és az üzleti vállalkozások jobbiztonságának növelése érdekében egységes szabályozási keretet hoz létre, amely harmonizálja a nemzeti szabályokat. Következésképpen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv kimondja, hogy **a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben foglaltaknál korlátozóbb intézkedéseket, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem, hacsak azt maga az irányelv nem teszi lehetővé**⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ 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”) (HL L 149., 2005.6.11., 22. o.).

⁽²⁾ SWD(2016) 163 final.

⁽³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/2161 irányelve (2019. november 27.) a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról (HL L 328., 2019.12.18., 7. o.).

⁽⁴⁾ Az irányelv 4. cikke, valamint az (5), (12) és (13) preambulumbekkezdése.

A Bíróság ezt az elvet több ítéletében is megerősítette. A Total Belgium ügyben hozott ítéletében például a Bíróság megállapította, hogy az irányelvvel ellentétes a **kapcsolt ajánlatok** általános nemzeti tilalma ⁽⁵⁾. Az Europamur Alimentación ügyben hozott ítéletében a Bíróság kimondta, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel ellentétes **az áruk veszteséges áron való értékesítésre kínálásának, illetve veszteséges áron való értékesítésének** általános nemzeti tilalma ⁽⁶⁾. Ugyanebben az ügyben a Bíróság azt is tisztázta, hogy a korlátozó nemzeti intézkedések között szerepelhet a bizonyítási teher megfordítása ⁽⁷⁾.

Ebben a tekintetben a **3. cikk (9) bekezdése** korlátozza a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv teljes körű harmonizációs jellegét, kimondva, hogy a „**pénzügyi szolgáltatások**”-ra [...] és az ingatlanokra vonatkozóan a tagállamok megállapíthatnak olyan követelményeket, amelyek megszorítóbbak vagy szigorúbbak ezen irányelvénél az általa közelített területen. Következésképpen ezekben az ágazatokban a tagállamok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezésein túlmutató szabályokat határozhatnak meg, amennyiben azok összhangban vannak a többi uniós jogszabállyal. A 4.4. szakasz kifejezetten azzal foglalkozik, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hogyan alkalmazandó a pénzügyi szolgáltatásokra és az ingatlanokra.

Ezen túlmenően a **3. cikk (5) bekezdése** szerint, amelyet az (EU) 2019/2161 irányelv módosított, az irányelv nem akadályozza meg a tagállamokat abban, hogy a fogyasztók jogos érdekeit védő további rendelkezéseket fogadjanak el az olyan **agresszív vagy megtévesztő marketing- vagy értékesítési gyakorlatokra** vonatkozóan, amelyeket a kereskedő a fogyasztó otthonának **kéretlen meglátogatásakor** folytat, vagy amelyek keretében a kereskedő **kirándulásokat** szervez, amelyek célja vagy hatása bizonyos termékek népszerűsítése, illetve ezek fogyasztóknak történő értékesítése. Ezeknek a rendelkezéseknek azonban arányosnak, megkülönböztetéstől mentesnek és a fogyasztóvédelem szempontjából indokoltak kell lenniük. Az (EU) 2019/2161 irányelv (55) preambulumbekzdése kifejti, hogy az ilyen rendelkezések nem tilthatják meg az említett értékesítési csatornákat, és a teljesség igénye nélkül példákat sorol fel a lehetséges nemzeti intézkedésekre.

A **3. cikk (6) bekezdése** előírja a tagállamok számára, hogy tájékoztassák a Bizottságot az elfogadott nemzeti jogszabályairól és ezek minden utólagos módosításáról, hogy a Bizottság ezeket az információkat könnyen elérhetővé tehesse a fogyasztók és a kereskedők számára egy külön weboldalon ⁽⁸⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (14) preambulumbekzdése egyértelművé teszi, hogy a teljes harmonizáció nem zárja ki, hogy a tagállamok a nemzeti jogban **bizonyos termékek főbb tulajdonságait** meghatározzák, amelyek tekintetében a mulasztás vásárlásra való felhívás esetén jelentősnek minősülne. Azt is egyértelművé teszi, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem sértheti az uniós jog rendelkezéseit, amelyek a kereskedelmi gyakorlatok területén a fogyasztók védelmét illetően kifejezetten a tagállamok hatáskörébe utalják a szabályozási lehetőségek közötti választást.

Ami a fogyasztók tájékoztatását illeti, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (15) preambulumbekzdése kifejti, hogy a tagállamok – amennyiben az uniós jog minimumkikötései ezt megengedik – az uniós joggal összhangban szigorúbb **tájékoztatási követelményeket** tarthatnak fenn vagy vezethetnek be a fogyasztók egyéni szerződéses jogainak magasabb szintű védelme érdekében. Lásd még az 1.2.3. szakaszt, amely ismerteti a fogyasztók jogairól szóló irányelvben előírt, a szerződéskötést megelőző tájékoztatásra vonatkozó követelményekkel való kölcsönhatást.

1.1.1. A kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó, de a fogyasztók gazdasági érdekein kívüli érdekeket védő nemzeti jogszabályok

1. cikk

Ennek az irányelvnek az a célja, hogy hozzájáruljon a belső piac megfelelő működéséhez, valamint hogy **a fogyasztók gazdasági érdekeit sértő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra** vonatkozó törvényi, rendeleti és közigazgatási tagállami rendelkezések közelítése révén magas szintű fogyasztóvédelmet valósítson meg.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem terjed ki azokra a nemzeti szabályokra, amelyek **nem gazdasági jellegű érdekeket** kívánnak védeni. Ezért a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem érinti** valamely tagállam arra vonatkozó lehetőségét, hogy a kereskedelmi gyakorlatokat szabályozó szabályokat határozzon meg **az egészség, a biztonság vagy a környezet védelme** érdekében.

Az „**ízlésen és illemen**” alapuló nemzeti marketing- és reklámszabályokra szintén nem terjed ki a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv. A (7) preambulumbekzdés szerint „ezen irányelv [...] nem foglalkozik az ízléshez és illemhez kapcsolódó jogi követelményekkel, hiszen azok a tagállamok körében nagymértékű változatosságot mutatnak. [...] Ennek megfelelően a tagállamok számára lehetővé kell tenni, hogy saját területükön ízlés és illem okán – a közösségi joggal összhangban – **továbbra is betilthassanak** egyes kereskedelmi gyakorlatokat, akkor is, ha azok nem korlátozzák a fogyasztó választási szabadságát. [...]”

⁽⁵⁾ A Bíróság 2009. április 23-i ítélete, VTB-VAB NV kontra Total Belgium és Galatea BVBA kontra Sanoma Magazines Belgium NV, C-261/07 és C-299/07 egyesített ügyek, 52. pont. Lásd még a Bíróság 2010. március 11-i ítéletét, Telekom. Polska, C-522/08.

⁽⁶⁾ A Bíróság 2017. október 19-i ítélete, Europamur Alimentación, C-295/16.

⁽⁷⁾ Ugyanott, 42. pont.

⁽⁸⁾ A tagállami bejelentéseket a Bizottság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel foglalkozó honlapján teszi közzé a következő címen: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en

Így hát a kereskedelmi gyakorlatok összefüggésében a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem terjed ki** azokra a nemzeti szabályokra, amelyek **az emberi méltóság védelmére, a szexuális, faji vagy vallási alapon történő megkülönböztetés megakadályozására, illetve a meztelenség, az erőszak vagy antiszociális magatartás ábrázolására** vonatkoznak.

A Bíróság tisztázta például, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem vonatkozik azokra a nemzeti rendelkezésekre, amelyek minden héten egy zárvatartási nap meghatározásának előírásával **megakadályozzák, hogy egy kereskedő az üzletét heti hét napon keresztül tartsa nyitva**, mivel ez a konkrét rendelkezés nem a fogyasztó védelméhez kapcsolódó célokat követ ⁽⁹⁾.

A Bíróság pontosította továbbá, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel nem ellentétes az olyan nemzeti szabályozás, amely a közegészséget és a fogorvosi szakma méltóságát egyrészt azzal védi, hogy **általános és abszolút jelleggel tilt minden, a száj- és fogápolási szolgáltatásokra vonatkozó reklámot**, másrészt azzal, hogy bizonyos egyszerűségi követelményeket ír elő a fogorvosi rendelők hirdetőtáblái tekintetében ⁽¹⁰⁾.

Ezzel szemben az irányelv hatálya alá tartoznak azok a nemzeti jogszabályok, amelyek célja – **akár egyéb érdekekkel együtt – a fogyasztók gazdasági érdekének**.

A **bónusszal történő értékesítést tiltó nemzeti szabályok** tekintetében a Bíróság tisztázta, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv kizárja a bónusszal történő értékesítések azon általános nemzeti tilalmát, amelyek célja fogyasztóvédelmi és egyéb célok elérése (például a sajtó pluralizmusa) ⁽¹¹⁾.

Ami azokat a **nemzeti szabályokat** illeti, amelyek szerint **kiárúsítás** csak az illetékes körzeti közigazgatási hatóság engedélyével hirdethető meg, a Bíróság megjegyezte, hogy a kérdést előterjesztő bíróság hallgatólagosan elismerte, hogy a ügy tárgyát képező rendelkezés a fogyasztók védelmére, és nem kizárólag a versenytársak és a többi piaci szereplő védelmére irányul. Ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazandó volt ⁽¹²⁾.

1.1.2. Az üzleti vállalkozások közötti ügylettel kapcsolatos vagy a kizárólag a versenytársak gazdasági érdekeit sértő kereskedelmi gyakorlatok

(6) preambulumbekzdés

En az irányelv [...] nem vonatkozik a kizárólag a versenytársak gazdasági érdekeit sértő vagy a kereskedők közötti ügyletekhez kapcsolódó tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló nemzeti jogszabályokra, és nem is érinti azokat; a tagállamok – amennyiben úgy kívánják – a szubsidiaritás elvének teljes körű figyelembevételével és a közösségi joggal összhangban továbbra is maguk szabályozhatják ezeket a gyakorlatokat [...].

Az üzleti vállalkozások közötti (B2B) kereskedelmi gyakorlatok nem tartoznak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá. Azokat részben a megtevesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽¹³⁾ szabályozza. Emellett a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló (EU) 2019/633 európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽¹⁴⁾ szabályozza a mezőgazdasági és élelmiszer-ellátási láncban az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokat. **A tagállamok azonban a nemzeti jogszabályaik alapján kiterjeszthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti védelmet az üzleti vállalkozások közötti kereskedelmi gyakorlatokra.**

Valamely nemzeti rendelkezés nem tartozik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá, „ha az előterjesztő bíróság érvelése alapján kizárólag az a célja, hogy szabályozza a versenytársak közötti kapcsolatokat, és nem az, hogy védje a fogyasztókat ⁽¹⁵⁾”.

Csak azok a nemzeti **intézkedések nem tartoznak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá, amelyek kizárólag a versenytársak érdekeit védik.** Amennyiben a gyakorlatot szabályozó nemzeti intézkedések egyszerre kívánják védelmezni a fogyasztókat és a versenytársakat, az ilyen nemzeti intézkedések a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak.

A fogyasztók és a versenytársak érdekeinek megkülönböztetése tekintetében a Bíróság álláspontja a következő volt:

„39. [...] [A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv] (6) preambulumbekzdéséből következően e hatályból csak azok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó nemzeti jogszabályok zárhatók ki, amelyek „kizárólag” a versenytársak gazdasági érdekeit sértik, vagy szakemberek közötti ügyleteket érintenek.

40. [...] teljesen egyértelmű, hogy ez a helyzet a [...] rendelkezések esetében nem valósul meg, mivel [...] kifejezetten a fogyasztók védelmére és nem kizárólag a versenytársak vagy egyéb piaci szereplők védelmére irányul.” ⁽¹⁶⁾

⁽⁹⁾ A Bíróság 2012. október 4-i ítélete, Pelckmans Turnhout NV, C-559/11.

⁽¹⁰⁾ A Bíróság 2017. május 4-i ítélete, Luc Vanderborght, C-339/15.

⁽¹¹⁾ A Bíróság 2010. november 9-i ítélete, Mediaprint, C-540/08.

⁽¹²⁾ A Bíróság 2013. január 17-i ítélete, Köck, C-206/11, 31. pont.

⁽¹³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2006/114/EK irányelve (2006. december 12.) a megtevesztő és összehasonlító reklámról (HL L 376., 2006.12.27., 21. o.).

⁽¹⁴⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/633 irányelve (2019. április 17.) a mezőgazdasági és élelmiszer-ellátási láncban a vállalkozások közötti kapcsolatokban előforduló tisztességtelen piaci gyakorlatokról (HL L 111., 2019.4.25., 59. o.).

⁽¹⁵⁾ A Bíróság 2011. december 15-i ítélete, Inno, C-126/11, 29. pont.

⁽¹⁶⁾ A Bíróság 2010. január 14-i ítélete, Plus Warenhandels-gesellschaft, C-304/08.

A nemzeti hatóságok és bíróságok feladata annak eldöntése, hogy a nemzeti rendelkezésnek szándéka-e a fogyasztói érdekek védelme.

A Bíróság megállapította, hogy

„29. Annak vizsgálata érdekében tehát, hogy a [...] nemzeti rendelkezések a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozhat[na]k-e, nem a Bíróságnak, hanem a kérdést előterjesztő bíróságnak a feladata annak megállapítása, hogy ténylegesen a fogyasztók védelmére irányuló célokat követ-e [...]”⁽¹⁷⁾

A Bíróság azt is megállapította, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv csak annyiban zárja ki a **vesztéssel történő értékesítés tiltására** vonatkozó nemzeti rendelkezést, amennyiben annak célja a fogyasztók védelme⁽¹⁸⁾.

A **kiárutás előtti időszakban történő leárazásokat tiltó nemzeti szabályokat** illetően a Bíróság tisztázta, hogy az ilyen tiltás nem egyeztethető össze a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel, amennyiben annak célja a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme⁽¹⁹⁾.

1.2. Az irányelv és egyéb uniós jogszabályok közötti kölcsönhatás

3. cikk (4) bekezdés

Az ezen irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb közösségi szabályok közötti összeütközés esetén az utóbbiak az irányadók, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni.

(10) preambulumbekkezdés

Biztosítani kell az ezen irányelv és a hatályos közösségi jog közötti összhangot, különösen akkor, amikor egyes különös ágazatokra a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó, részletes rendelkezéseket kell alkalmazni. [...] Ennek megfelelően **ezt az irányelvet csak abban az esetben kell alkalmazni, ha nincsenek olyan különös közösségi jogi rendelkezések, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok sajátos vonatkozásait szabályozzák**, úgymint a tájékoztatási követelmények és a tájékoztatás fogyasztók felé történő megjelenítésének módjára vonatkozó szabályok. **Ez az irányelv biztosítja a fogyasztók védelmét abban az esetben, ha közösségi szinten nincs külön ágazati jogszabály**, és megtiltja, hogy a termékek természetére vonatkozóan a kereskedők téves benyomást keltsenek. Ez különösen fontos a fogyasztók számára magas kockázatot jelentő összetett termékek, úgymint bizonyos pénzügyi szolgáltatási termékek esetén. Ez az irányelv ennél fogva kiegészíti a fogyasztók gazdasági érdekeit sértő kereskedelmi gyakorlatokra alkalmazandó közösségi vívmányokat.

Általános hatálya miatt az irányelv számos olyan kereskedelmi gyakorlatra is vonatkozik, amelyeket egyéb általános vagy ágazati uniós jogszabály is szabályoz.

1.2.1. Kapcsolat más uniós jogszabályokkal

A 3. cikk (4) bekezdése és a (10) preambulumbekkezdés a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv fő eleme. Ezek tisztázzák, hogy **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv kiegészíti az egyéb olyan uniós jogszabályokat** („közösségi szabályok”), amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok sajátos szempontjait szabályozzák. Következésképpen **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egyfajta „biztonsági háló”,** amely biztosítja, hogy az összes ágazatban egységesen magas szintű fogyasztói védelmet lehessen fenntartani a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben, és kiegészít más uniós jogszabályokat, illetve pótolja azok hiányosságait.

Amennyiben vannak ágazati vagy egyéb uniós jogszabályok, és azok rendelkezései átfedik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezéseit, a különös jogszabályok (lex specialis) vonatkozó rendelkezései irányadók. Az irányelv 3. cikkének (4) bekezdése valóban tisztázza, hogy „**az ezen irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb közösségi szabályok közötti összeütközés esetén az utóbbiak az irányadók, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni**”.

A 3. cikk (4) bekezdésében a (10) preambulumbekkezdéssel együtt olvasva bennfoglaltatik, hogy az uniós jogszabályok rendelkezései **érvényesülnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel szemben, ha a következő három feltétel mindegyike teljesül:**

- uniós jog,
- a kereskedelmi gyakorlatok egyik konkrét szempontját szabályozza, és
- a két rendelkezés között ellentmondás van, vagy a másik uniós jogszabály tartalma átfedi a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv vonatkozó rendelkezését, például a szóban forgó magatartás részletesebb szabályozásával és/vagy azzal, hogy az egy konkrét ágazatra alkalmazandó⁽²⁰⁾.

⁽¹⁷⁾ A Bíróság 2015. szeptember 8-i ítélete, C-13/15.

⁽¹⁸⁾ A Bíróság 2013. március 7-i ítélete, Euronics, C-343/12, 31. pont.

⁽¹⁹⁾ A Bíróság 2011. június 30-i ítélete, Wamo, C-288/10, 40. pont.

⁽²⁰⁾ Lásd a C-54/17 és C-55/17. sz. Wind Tre egyesített ügyekben hozott ítélet 60. és 61. pontját.

Példa:

A jelzáloghitel-irányelv ⁽²¹⁾12. cikke elvben tiltja az olyan árukapcsolást, ahol jelzálog ellenében hitelmegállapodást értékesítenek egy másik pénzügyi termékkel, és azt külön nem teszik elérhetővé. Ez az eleve megtiltás ellentétes a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel, mert az árukapcsolás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében csak egyedi vizsgálat alapján lenne tisztességtelen és ennélfogva tiltott. A jelzáloghitel-irányelv 12. cikke tehát érvényesül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános szabályaival szemben. Ezért a jelzáloghitel-irányelv 12. cikke szerinti árukapcsolás önmagában tiltott.

Azokban az esetekben, ahol a fenti három feltétel mindegyike teljesül, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem vonatkozik a szabályozott kereskedelmi gyakorlat **sajátos szempontjára**, például egy ágazat-specifikus szabállyal. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv mindazonáltal továbbra is releváns marad az ágazati rendelkezések által le nem fedett kereskedelmi gyakorlatok egyéb lehetséges szempontjainak, például egy kereskedő agresszív magatartásának vizsgálata szempontjából.

Példa:

Ahhoz, hogy távközlési szolgáltatót váltson, az ügyfelet jelenlegi szolgáltatója egy nyomtatvány kitöltésére kötelezi. A nyomtatvány azonban online nem érhető el, a szolgáltató pedig nem válaszol az ügyfél e-mailes vagy telefonos megkeresésére. Az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex ⁽²²⁾106. cikke előírja, hogy a szolgáltatóváltáskor az előfizetők megtarthatják telefonszámukat, a számhordozást a lehető legrövidebb időn belül kell végrehajtani, és a végfelhasználókat nem terheli közvetlen díj. A Kódex 106. cikkének (6) bekezdése azt is előírja, hogy a szolgáltatóknak jóhiszeműen kell együttműködniük, és nem késleltethetik és nem akadályozhatják a folyamatot. A nemzeti szabályozó hatóságok feladata a hatékony és egyszerű szolgáltatóváltás biztosítása a végfelhasználó számára. Ezenkívül a kereskedők szolgáltatóváltással kapcsolatos gyakorlatai a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8. cikke és 9. cikkének d) pontja alapján értékelhetők, amelyek agresszív kereskedelmi gyakorlatként tiltják a váltás aránytalan, nem szerződéses akadályait.

A fentiekből következik, hogy általában a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazása nem eleve kizárt csak azért, mert vannak olyan más uniós jogszabályok is érvényben, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok konkrét szempontjait szabályozzák.**

Az Abcur ügyben hozott ítéletében ⁽²³⁾ a Bíróság kijelentette, hogy:

„[...] a kérdést előterjesztő bíróság lényegében azt kívánja megtudni, hogy abban az esetben, ha az emberi felhasználásra szánt [...] gyógyszerek [...] a 2001/83 irányelv hatálya alá tartoznak, az e gyógyszerekre vonatkozó [...] reklámozási gyakorlatok [...] tartozhatnak a 2005/29 irányelv hatálya alá is. [...]

Amint a Bíróság megjegyezte, a 2005/29 irányelvet különösen széles tárgyi hatály jellemzi, amely kiterjed minden olyan kereskedelmi gyakorlatra, amely közvetlenül kapcsolódik valamely terméknek a fogyasztó részére történő népszerűsítéséhez, értékesítéséhez vagy szolgáltatásához [...].

[...] azt a választ kell adni, hogy még abban az esetben is, ha az emberi felhasználásra szánt azon gyógyszerek, mint amelyekről az alapügyekben szó van, a 2001/83 irányelv hatálya alá tartoznak, az e gyógyszerekre vonatkozó olyan reklámozási gyakorlatok [...] tartozhatnak a 2005/29 irányelv hatálya alá is, feltéve hogy ezen irányelv alkalmazási feltételei teljesülnek.”

Ezért a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet rendszerint együtt lehet alkalmazni az ágazati uniós szabályokkal kiegészítő jelleggel**, mert az egyéb uniós szabályokban lefektetett konkrétabb előírások rendszerint **kiegészítik** a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános előírásait. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv használható jellemzően annak megakadályozására, hogy az ágazati jogszabályokban előírt tájékoztatást a kereskedők félrevezető vagy agresszív módon adják, kivéve, ha ezt a szempontot az ágazati szabályok kifejezetten szabályozzák.

⁽²¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2014/17/EU irányelve (2014. február 4.) a lakóingatlanokhoz kapcsolódó fogyasztói hitelmegállapodásokról, valamint a 2008/48/EK és a 2013/36/EU irányelv és az 1093/2010/EU rendelet módosításáról (HL L 60., 2014.2.28., 34. o.).

⁽²²⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1972 irányelv (2018. december 11.) az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló, 2018. december 11-i (HL L 321., 2018.12.17., 36. o.).

⁽²³⁾ A Bíróság 2015. július 16-i ítélete, Abcur, C-544/13 és C-545/13 egyesített ügyek.

A Dyson kontra BSH ügyben hozott ítélet ⁽²⁴⁾ kiemelte az ágazatspecifikus uniós eszközök tájékoztatási kötelezettségeivel való kölcsönhatást. Az ügy a porszívók címkézésére vonatkozott, valamint arra, hogy a vizsgálati feltételekre vonatkozó konkrét információk hiánya, amelyeket a szóban forgó ágazatspecifikus szabályok ⁽²⁵⁾ nem írnak elő, megtevesztő mulasztásnak minősülhet-e. A Bíróság megerősítette, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az ágazatspecifikus jogszabályok közötti ellentmondás esetén ez utóbbi lesz az irányadó, ami ebben az esetben azt jelenti, hogy az uniós energiacímke szempontjából nem előírt információ nem tekinthető „jelentős információnak”, és más információk nem jeleníthetők meg.

Az ágazatspecifikus szabályokkal való kölcsönhatással a Mezina ügyben hozott ítélet ⁽²⁶⁾ is foglalkozott. Az ügy olyan egészségre vonatkozó állításokkal foglalkozott, amelyeket természetes étrend-kiegészítőkkal kapcsolatban tettek. Az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet ⁽²⁷⁾ a kereskedelmi kommunikációban szereplő, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokra vonatkozik, függetlenül attól, hogy a végső fogyasztónak felkínált élelmiszerek címkézéséről, kizsereléséről vagy reklámozásáról van szó. Az 1924/2006/EK rendelet és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezései közötti ellentmondás esetén az előbbi élvez elsőbbséget az egészségre vonatkozó állítások tekintetében.

1.2.2. Másik uniós jogszabály által „jelentősnek” minősített információ

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv úgy rendelkezik, hogy a kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos, más uniós jogszabályok által előírt tájékoztatási követelmények „jelentősek”.

7. cikk (5) bekezdés

(5) **Jelentősnek** minősülnek továbbá a közösségi jog által megállapított, a reklámot és a marketinget is magukban foglaló kereskedelmi kommunikációra vonatkozó tájékoztatási követelmények, amelyek nem teljes körű felsorolását a II. melléklet tartalmazza.

Ilyen tájékoztatási követelmények számos ágazatspecifikus uniós jogszabályban találhatók. Példa:

- környezet (például az energiacímkézés keretének meghatározásáról szóló rendelet ⁽²⁸⁾ és a kapcsolódó, felhatalmazáson alapuló rendeletek, a környezetbarát tervezésről szóló irányelv ⁽²⁹⁾ és a kapcsolódó, felhatalmazáson alapuló rendeletek, a gumiabroncsok címkézéséről szóló rendelet ⁽³⁰⁾, a tüzelőanyag-fogyasztásról szóló irányelv ⁽³¹⁾),

⁽²⁴⁾ A Bíróság 2018. július 25-i ítélete, Dyson, C-632/16.

⁽²⁵⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2010/30/EU irányelve (2010. május 19.) az energiával kapcsolatos termékek energia- és egyéb erőforrás-fogyasztásának címkézéssel és szabványos termékismertetővel történő jelöléséről (HL L 153., 2010.6.18., 1. o.); valamint a Bizottság 665/2013/EU felhatalmazáson alapuló rendelete a 2010/30/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek a porszívók energiafogyasztásának címkézése tekintetében történő kiegészítéséről (HL L 192., 2013.7.13., 1. o.).

⁽²⁶⁾ A Bíróság 2020. szeptember 10-i ítélete, Mezina, C-363/19.

⁽²⁷⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 20-i 1924/2006/EK rendelete az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról (HL L 404., 2006.12.30., 9. o.).

⁽²⁸⁾ Az energiacímkézés keretének meghatározásáról és a 2010/30/EU irányelv (HL L 198., 2017.7.28., 1. o.) hatályaon kívül helyezéséről szóló, 2017. július 4-i (EU) 2017/1369 rendelet a gyártókra és a kereskedőkre vonatkozó egyéb kötelezettségek mellett előírja az energiával kapcsolatos termékek címkézését, valamint az energiahatékonyságra, a termékek használat közbeni energia- és egyéb erőforrás-fogyasztására, valamint a termékekre vonatkozó kiegészítő információkra vonatkozó szabványos termékismertető biztosítását, lehetővé téve ezáltal a fogyasztók számára, hogy hatékonyabb termékeket válasszanak energiafogyasztásuk csökkentése érdekében.

⁽²⁹⁾ Az energiával kapcsolatos termékek környezetbarát tervezésére vonatkozó követelmények megállapítási kereteinek létrehozásáról szóló, 2009. október 21-i 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 285., 2009.10.31., 10. o.) külön tájékoztatási követelményt tartalmaz arra vonatkozóan, hogy a fogyasztók milyen szerepet játszhatnak a termék fenntartható használatában.

⁽³⁰⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2020/740 rendelete (2020. május 25.) a gumiabroncsok üzemanyag-hatékonyság és más paraméterek tekintetében történő címkézéséről, az (EU) 2017/1369 rendelet módosításáról és az 1222/2009/EK rendelet hatályaon kívül helyezéséről (HL L 177., 2020.6.5., 1. o.).

⁽³¹⁾ Az új személygépkocsik forgalmazása alkalmával a tüzelőanyag-fogyasztásról és a CO₂-kibocsátásról szóló vásárlói információk rendelkezésre állásáról szóló, 1999. december 13-i 1999/94/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 12., 2000.1.18., 16. o.) előírja, hogy az értékesítés helyén minden új személygépkocsi vonatkozásában fel kell tüntetni a különösen tüzelőanyag-fogyasztásra vonatkozó hivatalos adatokat tartalmazó tüzelőanyag-fogyasztási címkét.

- pénzügyi szolgáltatások (például a pénzügyi eszközök piacairól szóló irányelv⁽³²⁾, a pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló irányelv⁽³³⁾, a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló irányelv⁽³⁴⁾, a jelzáloghitel-irányelv⁽³⁵⁾, a fizetési számlákról szóló irányelv⁽³⁶⁾, a lakossági befektetési csomagtermékekkel, illetve biztosítási alapú befektetési termékekkel kapcsolatos kiemelt információkat tartalmazó dokumentumokról szóló rendelet⁽³⁷⁾),
- egészségügy (például a 2001/83/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽³⁸⁾);
- elektronikus hírközlési szolgáltatások (Európai Elektronikus Hírközlési Kódex⁽³⁹⁾),
- közlekedés (például a légi járatok működtetéséről szóló rendelet⁽⁴⁰⁾, utasjogi rendeletek⁽⁴¹⁾),
- élelmiszer-ágazat (például az általános élelmiszerjogi rendelet⁽⁴²⁾, a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendelet⁽⁴³⁾).

Az ilyen tájékoztatási követelmények gyakran **konkrétabbak**, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti tájékoztatási követelmények.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése tisztázza, hogy az ilyen tájékoztatási követelmények „**jelentősnek minősülnek**”.

⁽³²⁾ A pénzügyi eszközök piacairól, valamint a 2002/92/EK irányelv és a 2011/61/EU irányelv módosításáról szóló, 2014. május 15-i 2014/65/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvhez (MiFID 2 irányelv) (HL L 173., 2014.6.12. 349 o.) egyéb kötelezettségek mellett előírja, hogy a befektetési vállalkozásoknak konkrét tájékoztatást kell nyújtaniuk az ügyfelek, köztük a fogyasztók számára a szolgáltatásaikról, pénzügyi eszközeikről és javasolt befektetési stratégiáikról, költségeikről és kapcsolódó díjaikról.

⁽³³⁾ A belső piaci pénzforgalmi szolgáltatásokról és a 2002/65/EK, a 2009/110/EK és a 2013/36/EU irányelv és a 1093/2010/EU rendelet módosításáról, valamint a 2007/64/EK irányelv hatályaon kívül helyezéséről szóló, 2015. november 25-i (EU) 2015/2366 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 337., 2015.12.23., 35. o.) egyéb kötelezettségek mellett konkrétabb rendelkezéseket tartalmaz a szerződészkötést megelőző tájékoztatásra és ezen információk szolgáltatásának módjára vonatkozóan.

⁽³⁴⁾ A fogyasztói hitelmegállapodásokról és a 87/102/EGK tanácsi irányelv hatályaon kívül helyezéséről szóló, 2008. április 23-i 2008/48/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 133., 2008.5.22., 66. o.) konkrét tájékoztatási követelményeket tartalmaz a hitelreklámok esetében.

⁽³⁵⁾ A lakóingatlanokhoz kapcsolódó fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 2014/17/EU irányelv olyan szabályokat tartalmaz a jelzáloghitelek reklámozására vonatkozóan, amelyek tiltják például az árukapcsolást. Az irányelv konkrét tájékoztatási követelményeket tartalmaz a reklámozási és a szerződészkötést megelőző szakaszokra vonatkozóan is.

⁽³⁶⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2014/92/EU irányelve (2014. július 23.) a fizetési számlákhoz kapcsolódó díjak összehasonlíthatóságáról, a fizetési számla-váltásról és az alapszintű fizetési számla nyitásáról, illetve használatáról (HL L 257., 2014.8.28., 214. o.).

⁽³⁷⁾ A 2014. november 26-i 1286/2014/EU rendelet a lakossági befektetési csomagtermékekkel, illetve biztosítási alapú befektetési termékekkel kapcsolatos kiemelt információkat tartalmazó dokumentumokról (HL L 352., 2014.12.9., 1. o.).

⁽³⁸⁾ Az emberi felhasználásra szánt gyógyszerek közösségi kódexéről szóló, 2001. november 6-i 2001/83/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 311., 2001.11.28., 67. o.) további követelményeket tartalmaz a gyógyszerek reklámozása és címkézése tekintetében.

⁽³⁹⁾ Az Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló, 2018. december 11-i (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv előírja, hogy az elektronikus hírközlési szolgáltatás típusától függően különböző szempontok tekintetében szerződéses tájékoztatást kell nyújtani. A követelményeket a 102. cikk és a VIII. melléklet tartalmazza, és többek között olyan információkra vonatkoznak, mint a szolgáltatás minimális minősége, a kínált karbantartás típusa, valamint az abban az esetben igénybe vehető kompenzációs és visszatérítési lehetőségek, ha a szerződés szerinti szolgáltatás nem felel meg a minőségi előírásoknak. A szerződés összefoglalóját külön kell rendelkezésre bocsátani, a szerződésösszefoglaló-mintát az (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján a nyilvánosan elérhető elektronikus hírközlési szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatók által használandó szerződésösszefoglaló-minta létrehozásáról szóló, 2019. december 17-i (EU) 2019/2243 bizottsági végrehajtási rendelet (HL L 336., 2019.12.30., 274. o.) határozza meg.

⁽⁴⁰⁾ A Közösségben a légi járatok működtetésére vonatkozó közös szabályokról szóló, 2008. szeptember 24-i 1008/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (HL L 293., 2008.10.31., 3. o.) előírja, hogy fel kell tüntetni a fizetendő végső árat – amely tartalmazza a közzététel időpontjában rendelkezésre álló valamennyi előre látható és elkerülhetetlen árelemt – és összetevőnként (légi vitel- vagy légi tarifadíj, adók, repülőtéri díjak, egyéb díjak és felárak) le kell bontani.

⁽⁴¹⁾ A visszaautasított beszállás és légijáratok törlése vagy hosszú késése esetén az utasoknak nyújtandó kártalanítás és segítség közös szabályainak megállapításáról, és a 295/91/EGK rendelet hatályaon kívül helyezéséről szóló, 2004. február 11-i 261/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (HL L 46., 2004.2.17., 1. o.) rendelet külön kötelezettséget tartalmaz az utasok tájékoztatására arról, hogy visszaautasított beszállás, járat törlés vagy járatkésés esetén kártérítésre, segítségre és ellátásra lehetnek jogosultak; Az Európai Parlament és a Tanács 1107/2006/EK rendelete (2006. július 5.) a légi járműveken utazó fogyatékkal élő, illetve csökkent mozgásképességű személyek jogairól (HL L 204., 2006.7.26., 1. o.); az Európai Parlament és a Tanács 1177/2010/EU rendelete (2010. november 24.) a tengeri és belvízi közlekedést igénybe vevő utasok jogairól, valamint a 2006/2004/EK rendelet módosításáról (HL L 334., 2010.12.17., 1. o.); az Európai Parlament és a Tanács 181/2011/EU rendelete (2011. február 16.) az autóbusszal közlekedő utasok jogairól és a 2006/2004/EK rendelet módosításáról (HL L 55., 2011.2.28., 1. o.); valamint az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2021/782 rendelete (2021. április 29.) a vasúti személyszállítást igénybe vevő utasok jogairól és kötelezettségeiről (HL L 172., 2021.5.17., 1. o.).

⁽⁴²⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 178/2002/EK rendelete (2002. január 28.) az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszer-biztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról (HL L 31., 2002.2.1., 1. o.).

⁽⁴³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendelete (2011. október 25.) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról, az 1924/2006/EK és az 1925/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról és a 87/250/EGK bizottsági irányelv, a 90/496/EGK tanácsi irányelv, az 1999/10/EK bizottsági irányelv, a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2002/67/EK és a 2008/5/EK bizottsági irányelv és a 608/2004/EK bizottsági rendelet hatályaon kívül helyezéséről (HL L 304., 2011.11.22., 18. o.).

Példa:

A légi járatok működtetéséről szóló irányelv 23. cikke előírja a légi járatok, ügynökeik és egyéb jegyértékesítők számára, hogy repülőjegyeik felkínálása során a végső árat összetevőire bontsák (például légi vitel- vagy légi tarifadíj, adók, repülőtéri illetékek, és egyéb díjak, felárak és illetékek, mint például a védelmi díj vagy üzemanyagfelár). Ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése szerinti jelentős információt testesít meg.

Ennek megfelelően az ilyen tájékoztatás elmulasztása a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet, amelyre **az általános ügyleti döntési teszt vonatkozik**, azaz azt kell megvizsgálni, hogy a mulasztás ténylegesen vagy valószínűsíthetően az átlagfogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti-e, amelyet egyébként nem hozott volna meg. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett „jelentős információ” fogalmát a 2.9.1. szakasz tárgyalja.

A **(15) preambulumbekkezdés** rendelkezik arról, hogy a tagállamok megtarthatják vagy kiegészíthetik a szerződések jogához kapcsolódó tájékoztatási követelményeket, amennyiben **ezt a meglévő uniós jogi eszközökben található harmonizációs minimumkötések megengedik**.

Példa:

A tagállamok további, szerződéskötést megelőző követelményeket vezethetnek be a fogyasztói jogokról szóló irányelv 5. cikkének (4) bekezdésében foglalt harmonizációs minimumkötések hatálya alá tartozó, üzlethelyiségen belüli értékesítésekre.

1.2.3. Kölcsönhatás a fogyasztók jogairól szóló irányelvvel

A fogyasztók jogairól szóló irányelv⁽⁴⁴⁾ az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti valamennyi szerződésre alkalmazandó, kivéve azokat a területeket, amelyek nem tartoznak az irányelv hatálya alá, mint például a pénzügyi és egészségügyi szolgáltatások. Teljes mértékben harmonizálja a távollevők között (többek között online) és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekre (azaz nem a hagyományos üzletekben kötött szerződésekre, a fogalom meghatározáshoz lásd a fogyasztók jogairól szóló irányelv 2. cikkének (8) bekezdését) vonatkozó, **szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelményeket**. Ugyanakkor, ahogy azt a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6. cikkének (8) bekezdése előírja, az irányelv nem akadályozza meg a tagállamokat abban, hogy a 2006/123/EK európai parlamenti és tanácsi szolgáltatási irányelvvel⁽⁴⁵⁾ és az elektronikus kereskedelemről szóló 2000/31/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel⁽⁴⁶⁾ összhangban további tájékoztatási követelményeket írjanak elő (további információkért lásd a fogyasztók jogairól szóló irányelvre vonatkozó iránymutatás 4.1.1. szakaszát⁽⁴⁷⁾). Más szerződések, különösen a hagyományos üzlethelyiségekben kötött szerződések („üzlethelyiségben kötött szerződések”) tekintetében az irányelv lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy **további, szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelményeket** fogadjanak el vagy tartsanak fenn **(5. cikk (4) bekezdés)**. A fogyasztók jogairól szóló irányelv bizonyos szerződéses jogokat is szabályoz, különösen az ellátási jogot.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv **szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelményei** részletesebbek, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdésében a vásárlásra való felhívásokra vonatkozóan előírt tájékoztatási követelmények. A vásárlásra való felhívás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazásában a marketing (reklámozási) szakaszban és a szerződéskötést megelőzően nyújtott tájékoztatásra is utal. Az utóbbi esetben **átfedés lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdése szerinti és a fogyasztók jogairól szóló irányelv szerinti szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelmények között**. A szerződéskötést megelőző tájékoztatást és a vásárlásra való felhívást a 2.9.5. szakasz tárgyalja részletesebben.

Tekintettel a fogyasztók jogairól szóló irányelv tájékoztatási követelményeinek átfogóbb jellegére, a fogyasztók jogairól szóló irányelvben a szerződéskötést megelőző időszakra vonatkozóan lefektetett követelményeknek való megfelelésnek a tájékoztatás tartalmát illetően általában biztosítania kell a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésének való megfelelést is. **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv azonban továbbra is alkalmazandó a kereskedő megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatainak értékelésére**, többek között a fogyasztónak nyújtott tájékoztatás formáját és előadását illetően.

⁽⁴⁴⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve (2011. október 25.) a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 304., 2011.11.22., 64. o.).

⁽⁴⁵⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2006/123/EK irányelve (2006. december 12.) a belső piaci szolgáltatásokról (HL L 376., 2006.12.27., 36. o.).

⁽⁴⁶⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól („Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv”) (HL L 178., 2000.7.17., 1. o.).

⁽⁴⁷⁾ A Bizottság közleménye – Iránymutatás a fogyasztók jogairól szóló, 2011. október 25-i 2011/83/EU irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához.

A két eszköz egymást kiegészítő jellegének másik példája a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 21. és 29. pontja értelmében tiltott „**nem kért értékesítési**” gyakorlatok következményeire vonatkozik. A fogyasztók jogairól szóló irányelv 27. cikke egyértelművé teszi, hogy nem kért értékesítés esetén „*a fogyasztó mentesül bármely ellenszolgáltatás nyújtása alól*”, és ilyen esetekben „*a fogyasztói válasz hiánya [...] nem jelent beleegyezést*”.

A nem kért értékesítés fogalmát a Bíróság tovább értelmezte. Pontosította, hogy mivel sem a fogyasztók jogairól szóló irányelv, sem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem szabályozza a szerződések létrejöttét, a nemzeti bíróságok feladata, hogy a nemzeti szabályozás alapján értékeljék, hogy valamely szerződés például egy vízszolgáltató társaság és egy fogyasztó között az utóbbi kifejezett beleegyezésének hiányában is létrejöttek tekinthető-e ⁽⁴⁸⁾.

Ebben az összefüggésben a Bíróság azt is pontosította, hogy az I. melléklet 29. pontja nem foglalja magában valamely ivóvíz-szolgáltató társaság azon kereskedelmi gyakorlatát, amely abban nyilvánul meg, hogy valamely fogyasztónak egy korábban is lakott lakásba történő beköltözése során fenntartja a **vízszolgáltatási közhálózathoz való csatlakozást**, amennyiben e fogyasztó nem választhatja meg az e szolgáltatást nyújtó szolgáltatót, továbbá e szolgáltató a vízfogyasztástól függően költségfedezeti alapú, átlátható és hátrányos megkülönböztetéstől mentes díjakat számláz, az említett fogyasztó pedig tudja, hogy az említett lakás csatlakoztatva van a vízszolgáltatási közhálózathoz, és hogy a vízszolgáltatás díjköteles ⁽⁴⁹⁾.

A Bíróság pontosította továbbá, hogy a fogyasztók jogairól szóló irányelv 27. cikkével – amelyet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (1) és (5) bekezdésével összefüggésben kell értelmezni – nem ellentétes az a nemzeti szabályozás, amely úgy rendelkezik, hogy a **távfűtési hálózathoz** csatlakoztatott társasházi ingatlanban található lakás tulajdonosai akkor is kötelesek hozzájárulni a közös tulajdonú épületrészek és az ingatlanon belüli hőtermelő berendezés hőenergia-fogyasztásának költségeihez, ha egyénileg nem kérték és a lakásukban nem használják a fűtésszolgáltatást, mivel a szerződés megkötésére a tulajdonosok többségének kérésére került sor ⁽⁵⁰⁾.

1.2.4. Kölcsönhatás a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvvel

A szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv ⁽⁵¹⁾ az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti szerződésekre vonatkozik, és azokkal a szerződési feltételekkel foglalkozik, amelyekről előre nem állapodtak meg egyelőre (például előre megfogalmazott standard kikötések). A szerződési feltételek az általános tilalom ⁽⁵²⁾, a potenciálisan tisztességtelen feltételek jelzésszerű felsorolása ⁽⁵³⁾ vagy a feltételek átlátható, azaz világos és érthető megfogalmazásának kötelezettsége ⁽⁵⁴⁾ alapján tisztességtelennek tekinthetők. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel ellentétben, amely nem érinti a szerződési jogot, és nem írja elő a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokból eredő szerződések érvénytelenségét, a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv megsértésének szerződéses következményei vannak: az irányelv 6 cikkének (1) bekezdése értelmében a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételek „*nem jelentenek kötelezettséget a fogyasztóra nézve*” ⁽⁵⁵⁾.

A tisztességtelen szerződési feltételek és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok közötti kapcsolat

A szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv a gazdasági tevékenységek valamennyi ágazatában vonatkozik az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti szerződésekre, ami azt jelenti, hogy párhuzamosan alkalmazható az uniós jog egyéb rendelkezéseivel, többek között más fogyasztóvédelmi szabályokkal, például a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel.

A Bíróság a Pereničová és Perenič ügyben hozott ítéletében, amely egy olyan hitelmegállapodással foglalkozott, ahol a feltüntetett díj éves százalékos mértéke alacsonyabb volt a díj tényleges mértékénél, tisztázta az említett irányelvek közötti kapcsolat bizonyos elemeit ⁽⁵⁶⁾.

⁽⁴⁸⁾ A Bíróság 2021. február 3-i ítélete, Waternet, C-922/19.

⁽⁴⁹⁾ Ugyanott, 53–62. pont.

⁽⁵⁰⁾ A Bíróság 2019. december 5-i ítélete, EVN Bulgaria Toplofikatsia, C-708/17 és C-725/17 egyesített ügyek.

⁽⁵¹⁾ A Tanács 93/13/EGK irányelve (1993. április 5.) a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről (HL L 95., 1993.4.21., 29. o.).

⁽⁵²⁾ A 93/13/EGK irányelv 3. cikkének (1) bekezdése.

⁽⁵³⁾ A 93/13/EGK irányelv 3. cikkének (3) bekezdése és I. melléklete. A nemzeti jog bővítheti a felsorolást vagy olyan megfogalmazásokat alkalmazhat, amelyek szigorúbb előírásokhoz vezetnek, beleértve az olyan feltételek „feketelistáit”, amelyek mindig tisztességtelennek minősülnek anélkül, hogy az irányelv 3. cikkének (1) bekezdése szerinti további vizsgálatra lenne szükség. További részletekért lásd a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK tanácsi irányelv értelmezésére és alkalmazására vonatkozó iránymutatásról szóló bizottsági közlemény (HL C 323., 2019.9.27., 4. o.) (COM(2019) 5325 final) 3.4.7. szakaszát.

⁽⁵⁴⁾ A 93/13/EGK irányelv 5. cikke.

⁽⁵⁵⁾ További részletekért lásd a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK tanácsi irányelv értelmezésére és alkalmazására vonatkozó iránymutatásról szóló bizottsági közleményt (COM(2019) 5325 final).

⁽⁵⁶⁾ A Bíróság 2012. március 15-i ítélete, Pereničová és Perenič, C-453/10.

A Bíróság megállapította, hogy a hitel teljes árára vonatkozó, a szerződési feltételekben megadott ilyen hibás információ „**megtévesztőnek**” minősül a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében, ha ténylegesen vagy valószínűsíthetően olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti az átlagfogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg.**

Az a tény, hogy egy kereskedő **ilyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot alkalmazott, egyike azon elemeknek, amelyeket figyelembe kell venni a szerződési feltételek tisztességtelen jellegének a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv szerinti értékelésekor**⁽⁵⁷⁾. Ez az elem különösen annak megállapítására használatos, hogy az azon alapuló szerződési feltétel a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 3. cikkének (1) bekezdése és 4. cikkének (1) bekezdése értelmében a szerződésből eredő jogokban és kötelezettségekben „**jelentős egyenlőtlenséget**” idéz-e elő a fogyasztó kárára. Hasonlóképpen, ez az elem releváns lehet annak értékelése során, hogy egy szerződési feltétel a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 4. cikkének (2) bekezdése és 5. cikke értelmében **átlátható-e**⁽⁵⁸⁾. Ugyanakkor annak megállapítása, hogy a kereskedő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot alkalmazott, **nincs közvetlen hatással arra, hogy a szerződés érvényes-e** az említett irányelv 6. cikkének (1) bekezdése értelmében, azon nemzeti szabályok sérelme nélkül, amelyek szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat alapján kötött szerződés semmisnek minősül⁽⁵⁹⁾.

A Bíróság nem határozott közvetlenül arról, hogy fordított esetben a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv értelmében vett **tisztességtelen szerződési feltételek alkalmazása** a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül-e. Mindazonáltal azzal lehet érvelni, hogy az ilyen tisztességtelen, a fogyasztóra nézve jogi szempontból nem kötelező szerződési feltételek alkalmazása bizonyos esetekben releváns lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat azonosítása szempontjából. Különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke szerinti **megtévesztő tevékenység** jele lehet, amennyiben az a felek szerződésből eredő jogai és kötelezettségei tekintetében hamis tájékoztatáshoz vezet vagy az átlagfogyasztó megtévesztését eredményezi. Ezenkívül a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 4. cikkének (2) bekezdésében és 5. cikkében foglaltakkal ellentétben nem világos és érthető módon megfogalmazott, nem átlátható szerződési feltételek alkalmazását figyelembe kell venni a jelentős információk átláthatóságának és a **megtévesztő mulasztás** fennállásának a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke szerinti értékelésekor⁽⁶⁰⁾. Ezenkívül a tisztességtelen szerződési feltételek alkalmazása arra utalhat, hogy a kereskedő nem teljesítette a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 5. cikke szerinti szakmai gondosság követelményeit.

Csak néhány tagállam fogyasztóvédelmi hatóságai rendelkeznek konkrét hatáskörrel a szerződési feltételek területén arra, hogy megtiltsák az általuk tisztességtelennek ítélt, tárgyalás nélküli általános szerződési feltételek alkalmazását anélkül, hogy a kereskedőt bíróság elé kellene állítaniuk⁽⁶¹⁾.

Hivatalból történő értékelés

A Bíróság következetesen kimondta, hogy a nemzeti bíróságok **kötelesek hivatalból értékelni a tisztességtelen szerződési feltételeket**⁽⁶²⁾ még azokban az esetekben is, amikor a fogyasztó nem kérdőjelezi meg a szerződési feltételek tisztességes jellegét. A kötelezettség egyrészt a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 6. cikkének (1) bekezdéséből ered, amely előírja, hogy a tisztességtelen feltételek nem jelentenek kötelezettséget a fogyasztóra nézve, másrészt a tényleges érvényesülés elvéből ered, amely előírja, hogy a nemzeti végrehajtási intézkedések a gyakorlatban nem tehetik lehetetlenné vagy rendkívül nehezé az uniós jog által a fogyasztóknak biztosított jogok gyakorlását⁽⁶³⁾. A hivatalból történő ellenőrzés követelményét indokolja az a megfontolás, hogy a szerződésekben

⁽⁵⁷⁾ A C-453/10. sz. Pereničová és Perenič ügyben hozott ítélet rendelkező része 2. pontjának utolsó előtti mondata: „Az ilyen kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen jellegének megállapítása többek között az egyik olyan elem, amelyre a hatáskörrel rendelkező bíróság a 93/13/EHK irányelv 4. cikkének (1) bekezdése értelmében a fogyasztó számára nyújtott kölcsön költségeire vonatkozó szerződési feltételek tisztességtelen jellegére vonatkozó értékelését alapíthatja.”

⁽⁵⁸⁾ Lásd a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK tanácsi irányelv értelmezésére és alkalmazására vonatkozó iránymutatásról szóló bizottsági közlemény (COM(2019) 5325 final) 3. szakaszát. Lásd még a C-776/19–C-782/19. sz. BNP Paribas Personal Finance egyesített ügyekben hozott ítélet 76. és 77. pontját.

⁽⁵⁹⁾ A C-453/10. sz. Pereničová és Perenič ügyben hozott ítélet 46. pontja.

⁽⁶⁰⁾ Lásd például a C-191/15. sz. Verein für Konsumenteninformation kontra Amazon ügyben hozott ítélet 65–71. pontját és a rendelkező rész 2. pontját, amelyben a Bíróság úgy ítélte meg, hogy az eladó vagy szolgáltató székhelye szerinti tagállam jogát kijelölő, az alkalmazandó jog megválasztására irányuló, előzetesen megfogalmazott feltétel nem felel meg a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 5. cikkében foglalt világos és érthető megfogalmazás követelményének, és tisztességtelen, amennyiben ez megtéveszti fogyasztót azáltal, hogy azt a benyomást kelti benne, hogy kizárólag e tagállam jogát kell a szerződésre alkalmazni, anélkül hogy tájékoztatná arról, hogy a „Róma I.”-rendelet 6. cikkének (2) bekezdése értelmében részesül az e szerződési feltétel hiányában alkalmazandó jog kógens rendelkezései által biztosított védelemben.

⁽⁶¹⁾ Lásd a példákat Olaszországban, Lengyelországban, Belgiumban és Hollandiában.

⁽⁶²⁾ Lásd például a C-618/10. sz. Banco Español de Crédito ügyben hozott ítélet 41–43. pontját; a C-415/11. sz. Aziz ügyben hozott ítélet 46. pontját; a C-109/17. sz. Bankia ügyben hozott ítélet 37–39. pontját. A Bíróság vonatkozó ítélkezési gyakorlatával kapcsolatos további részletekért lásd a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló 93/13/EGK tanácsi irányelv értelmezésére és alkalmazására vonatkozó iránymutatásról szóló bizottsági közlemény (COM(2019) 5325 final) 5. szakaszát.

⁽⁶³⁾ Lásd például a C-49/14. sz. Finanzmadrid ügyben hozott ítélet 46. pontját. A Bíróság különösen kifejtette, hogy a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 6. cikkének (1) bekezdése olyan kötelező rendelkezés, amelynek célja, hogy a felek jogai és kötelezettségei között a szerződésben megállapított formális egyensúlyt a felek egyenlőségét helyreállító tényleges egyensúlyal helyettesítse.

alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv által létrehozott védelmi rendszer azon az elven alapszik, hogy a fogyasztó az eladóhoz képest hátrányos helyzetben van, mind tárgyalási lehetőségei, mind pedig információs szintje tekintetében, amely helyzet az eladó által előzetesen meghatározott feltételek elfogadásához vezet, anélkül hogy a fogyasztó befolyásolni tudná ezek tartalmát⁽⁶⁴⁾. Ezért fennáll annak valós veszélye, hogy a fogyasztók – különösen a tudatosság hiánya miatt – nem fognak a védelmükre irányuló jogi normára támaszkodni.

A Bíróság a Bankia ügyben hozott ítéletében⁽⁶⁵⁾ emlékeztetett arra, hogy az a nemzeti bíróság, amely a szerződési feltételek tisztességes jellegét a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv fényében vizsgálja, akár hivatalból, ezen ellenőrzés során értékelheti annak a kereskedelmi gyakorlatnak a tisztességtelen jellegét, amelyen a szerződés alapul⁽⁶⁶⁾.

Ezzel szemben a Bíróság kimondta, hogy a többi esetben a nemzeti bíróságok nem kötelesek hivatalból értékelni, hogy egy adott szerződést vagy annak valamely feltételét tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok hatására kötötték-e meg⁽⁶⁷⁾. A Bíróság különösen azt állapította meg, hogy a jelzőjog érvényesítése iránti végrehajtási eljárás során nem szükséges, hogy a nemzeti bíróságok ellenőrizhessék, hogy a végrehajtható jogi okmány sérti-e a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet, mivel ez az irányelv nem ír elő ilyen kötelezettséget a nemzeti bíróságok számára.

Ezt az értelmezést igazolja az a tény, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv – a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 6. cikkének (1) bekezdésétől eltérően – nem rendelkezik szerződéses következményekről. Ezenkívül a Bíróság kifejtette, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, különösen annak 11. cikke nem tartalmaz a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv 7. cikkének (1) bekezdéséhez hasonló követelményeket, amelyek ellentétesek az olyan nemzeti jogszabályokkal, amelyek nem teszik lehetővé a végrehajtási eljárásokban az ideiglenes intézkedések alkalmazását. Az ideiglenes intézkedés hiánya a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv alapján a fogyasztók rendelkezésére álló jogorvoslatokat csak kártérítésből álló utólagos védelemre korlátozná, amennyiben a végrehajtás már azelőtt lezajlik, hogy a végző bíróság a jelzőjog alapját képező szerződési feltétel tisztességtelen jellegét megállapító és így a végrehajtási eljárást érvénytelenítő határozatát kihirdette volna⁽⁶⁸⁾.

Az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtásáról és korszerűsítéséről szóló (EU) 2019/2161 irányelv azonban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezéseinek megsértése esetén az áldozatok számára egyéni jogorvoslati lehetőségeket vezet be a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2022. május 28-tól alkalmazandó új, 11a. cikkében. Ezen új rendelkezés értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok által megkárosított fogyasztók számára biztosítani kell az arányos és hatékony jogorvoslatához való hozzáférést, beleértve a fogyasztó által elszenvedett kár megtérítését és adott esetben az árcsökkentést vagy a szerződés felmondását (további információkért lásd az 1.4. szakaszt). E világos és egyértelmű új rendelkezés beillesztése maga után vonhatja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok hivatalból történő ellenőrzésére vonatkozó követelmény kiterjesztését (amelyet a Bíróságnak meg kell erősítenie).

1.2.5. Kölcsönhatás az árak feltüntetéséről szóló irányelvvel

Az árak feltüntetéséről szóló 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽⁶⁹⁾ előírja a kereskedők számára, hogy az árak fogyasztók általi összehasonlításának megkönnyítése érdekében tüntessék fel az áruk eladási árát és egységárát (mértékegységenkénti árát). Ezen túlmenően az (EU) 2019/2161 irányelv „árcsökkentésekre” vonatkozó egyedi szabályokkal egészítette ki az árak feltüntetéséről szóló irányelvet.

Ami a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az árak feltüntetéséről szóló irányelvben szereplő, az eladási ár feltüntetésére vonatkozó követelmények közötti kölcsönhatást illeti, a Bíróság a Citroën ügyben hozott ítéletben (44–46. pont) egyértelművé tette, hogy az árak feltüntetéséről szóló irányelv az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kapcsolatokban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozza a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikke (4) bekezdésének összefüggésében, azaz többek között a termékek eladási árának az eladási ajánlatban és a reklámokban való feltüntetésével kapcsolatos vonatkozásokat⁽⁷⁰⁾. Ezért az árak feltüntetéséről szóló irányelv alkalmazandó, nem pedig a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (a 7. cikk (4) bekezdésének c) pontja), „amennyiben az adott reklámban említett eladási árral kapcsolatos vonatkozást – mint az alapeljárásban szóban forgót – a 98/6 irányelv szabályozza”.

Ebben az esetben a releváns szempont az volt, hogy a kereskedő nem tüntette fel eladási árként a végső árat, azaz azt az árat, amely magában foglalja az autó hirdetésében külön feltüntetett kötelező többletköltségeket is. Ennek megfelelően az árak feltüntetéséről szóló irányelv 2. cikke, amely az eladási árat az áru végleges árként határozza meg, beleértve a hozzáadottérték-adót és minden egyéb adót, nem akadályozza meg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésének c) pontjában foglalt, az irányelv által nem szabályozott egyéb követelmények alkalmazását. A kereskedőknek különösen eleget kell tenniük a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról

⁽⁶⁴⁾ Lásd például a C-453/10. sz. Pereničová és Perenič ügyben hozott ítélet 27. pontját.

⁽⁶⁵⁾ A C-109/17. sz. Bankia ügyben hozott ítélet.

⁽⁶⁶⁾ Ugyanott, 48. pont.

⁽⁶⁷⁾ Ugyanott, 34., 40–47., 51. pont és a rendelkező rész 1. pontja.

⁽⁶⁸⁾ Lásd például a C-415/11. sz. Aziz ügyben hozott ítélet 60. pontját.

⁽⁶⁹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről (HL L 80., 1998.3.18., 27. o.).

⁽⁷⁰⁾ A Bíróság 2016. július 7-i ítélete, Citroën, C-476/14.

szóló irányelv azon követelményének, hogy a vásárlásra való felhívásnak tartalmaznia kell **a lehetséges további díjakra vonatkozó információkat is, amennyiben azok észszerűen nem számíthatók ki előre.**

Az árak feltüntetéséről szóló irányelvnek az (EU) 2019/2161 irányelv által bevezetett módosításai arra kötelezik a tagállamokat, hogy árcsökkentésre vonatkozó egyedi szabályokat fogadjanak el⁽⁷¹⁾. A 6a. cikk szerint az „árcsökkentést” bejelentő kereskedőnek meg kell jelölnie a korábbi árat, amely a kereskedő által alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti az azt megelőző legalább 30 napos időszakban.

A Bíróság a Citroën-ügyben hozott ítéletében tett megállapításaihoz hasonlóan az árak feltüntetéséről szóló irányelv árcsökkentésre vonatkozó különös szabályainak elsőbbséget kell élvezniük a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel szemben az árcsökkentés e különös szabályok által szabályozott szempontjai, nevezetesen az árcsökkentés bejelentése esetén a „korábbi” ár meghatározása és feltüntetése tekintetében. **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv** azonban, különösen a 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja, amely az árkedvezmény meglétére vonatkozó megtévesztő állításokról szól, **továbbra is alkalmazandó az árcsökkentés egyéb vonatkozásaira.** Alkalmazható lehet például az árcsökkentési gyakorlatok olyan különböző megtévesztő szempontjaira, mint például:

- az áru „teljes” áron történő értékesítésének időszakához képest túl hosszú olyan időszakok, amikor árcsökkentés bejelentésére kerül sor,
- például „akár 70 %-os kedvezmény” reklámozása, amikor a tételek közül csak néhánynak az ára csökken 70 %-kal, a többi ára pedig alacsonyabb mértékben csökken.

Az ilyen gyakorlatok – eseti értékelés mellett – **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv** (6. cikke (1) bekezdésének d) pontja) **megsértésének minősülhetnek**, annak ellenére, hogy a kereskedő eleget tett az árak feltüntetéséről szóló irányelv követelményeinek a „korábbi” ár meghatározása és feltüntetése tekintetében. Ezzel szemben arról a kereskedőről, amelyről megállapítást nyert, hogy megsértette az árak feltüntetéséről szóló irányelv árcsökkentésre vonatkozó szabályait – a „korábbi ár” meghatározása és megjelenítése tekintetében –, szintén megállapítást nyerhet, hogy megsértette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet.

Emellett **az árak feltüntetéséről szóló irányelv csak az anyagi javakra vonatkozik**, a szolgáltatásokra és a digitális tartalomra nem, ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános szabályai továbbra is teljes mértékben alkalmazandók az ilyen egyéb termékekre vonatkozó árcsökkentési gyakorlatokra.

Végezetül, mivel az árak feltüntetéséről szóló irányelv csak az abban konkrétan meghatározott „árcsökkentésekre” vonatkozik, **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv továbbra is teljes mértékben alkalmazandó, és szabályozza az árkedvezményeket előmozdító egyéb gyakorlatokat**, például a más árral való összehasonlítást, a kapcsolt vagy kötött feltételes ajánlatokat, valamint a hűségprogramokat (lásd a 2.8.2. szakaszt). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **a személyre szabott árakra** is vonatkozik (lásd a 4.2.8. szakaszt).

1.2.6. Kölcsönhatás a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelvvel

A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv⁽⁷²⁾ az üzleti vállalkozások közötti (B2B) kapcsolatokat szabályozza. Azonban ennek az összehasonlító reklámra vonatkozó szabályai továbbra is általános vizsgálatot írnak elő a teljes harmonizáció kritériuma alapján annak megállapítására, hogy az összehasonlító reklám törvényes-e az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti ügyletekben is⁽⁷³⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének a) pontja megtévesztőnek minősíti azt a gyakorlatot, amely többek között összehasonlító reklámon keresztül valamely terméknek bármely más termékkel, védjeggyel, kereskedelmi névvel vagy egy versenytárs bármely más megkülönböztető jelzésével történő összetévesztését eredményezi. Ugyanakkor a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv 4. cikkének a) pontja értelmében tiltott az összehasonlító reklám, amennyiben megtévesztő a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke értelmében.

Ezért e két irányelv hivatkozik egymásra. A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv 4. cikkében lefektetett törvényességre vonatkozó vizsgálat üzleti vállalkozások közötti, illetve üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti ügyletekre egyaránt érvényes feltételei meglehetősen tágak, és kiterjednek a tisztességtelen verseny néhány szempontjára is (például védjegyek becsmérése). Ezért a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv az ilyen vizsgálatra az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti ügyletekre vonatkozóan határoz meg feltételeket a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében, vagy további olyan követelményeket ír elő, amelyek az üzleti vállalkozások közötti ügyletekben a kereskedőkre, többnyire a versenytársakra érvényesek.

Azokban a tagállamokban, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben foglalt rendelkezéseket teljeskörűen vagy részben kiterjesztették az üzleti vállalkozások közötti ügyletekre, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezései, amint azokat átültetik a nemzeti jogszabályokba, az üzleti vállalkozások közötti ügyletekben felváltják a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv vonatkozó rendelkezéseit. Megjegyzendő, hogy néhány ország szintén fogadott el konkrét szabályokat az üzleti vállalkozások közötti ügyletek tekintetében.

⁽⁷¹⁾ Az árak feltüntetéséről szóló irányelv ezen módosításait megelőzően a Bíróság a C-421/12. sz. Európai Bizottság kontra Belga Királyság ügyben 2014. július 10-én hozott ítéletében megerősítette, hogy a tagállamok nem fogadhatnak el szigorúbb nemzeti szabályokat az árcsökkentésre vonatkozóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az árak feltüntetéséről szóló (eredeti) irányelv alapján.

⁽⁷²⁾ 2006/114/EK irányelv.

⁽⁷³⁾ A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv tehát két önálló jogsértésként foglalkozik a megtévesztő reklámmal és a jogellenes összehasonlító reklámmal – lásd még a Bíróságnak a C-52/13. sz. Posteshop SpA ügyben 2014. március 13-án hozott ítéletét.

A Bíróság megvizsgálta a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv közötti kölcsönhatást a Carrefour ügyben⁽⁷⁴⁾, amely a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke értelmében esetlegesen megtévesztő összehasonlító reklámmal foglalkozott. A gyakorlat a különböző méretű vagy kategóriájú üzletekben árusított termékek árát összehasonlító reklámozást érinti, ahol ezek az üzletek olyan cégekhez tartoznak, amelyek mindegyike számos, különböző méretű és kategóriájú üzlettel rendelkezik (például hipermarketek és szupermarketek), továbbá a reklámozó **a cégének nagyobb méretű vagy magasabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árakat hasonlítja össze a versenytárs cégek kisebb méretű vagy alacsonyabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árakkal**. A Bíróság úgy ítélte meg, hogy az ilyen típusú reklámozási gyakorlat a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelvnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1)–(3) bekezdésével összefüggésben értelmezett 4. cikkének a) és c) pontja értelmében jogellenes lehet, hacsak maga a reklámszöveg nem tájékoztatja egyértelműen a fogyasztókat arról, hogy az összehasonlításra a reklámozó cég nagyobb méretű vagy magasabb kategóriájú üzleteiben, illetve a versenytárs cégek kisebb méretű vagy alacsonyabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árak között került sor⁽⁷⁵⁾.

1.2.7. Kölcsönhatás a szolgáltatási irányelvvel

Az ágazatspecifikus jogszabályokkal ellentétben a szolgáltatási irányelv⁽⁷⁶⁾ tág hatállyal rendelkezik. Bizonyos kivételektől eltekintve általánosságban alkalmazandó az Európai Unió működéséről szóló szerződésben meghatározott szolgáltatásokra. Így tehát a 3. cikk (4) bekezdése értelmében nem tekinthető a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvhez képest *lex specialis*-nak.

Ennélfogva a szolgáltatási irányelv 22. cikkében foglalt tájékoztatási követelmények a vásárlásra való felhívásra vonatkozóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdésében előírt információkat **kiegészítve** érvényesek.

1.2.8. Kölcsönhatás az elektronikus kereskedelemről szóló irányelvvel

Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv⁽⁷⁷⁾ az információs társadalommal összefüggő olyan szolgáltatásokra vonatkozik, amelyek általában kiterjednek az áru vagy szolgáltatás vásárlását a fogyasztóknak lehetővé tevő honlapok és online platformok üzemeltetői által nyújtott szolgáltatásokra.

Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 5. cikke általános tájékoztatási követelményeket ír elő a szolgáltatók számára, a 6. cikk pedig a kereskedelmi tájékoztatás során adandó információ körét rögzíti. Az ebben a két cikkben meghatározott tájékoztatási követelmények minimum követelmények.

A 6. cikk különösen annak biztosítását írja elő a tagállamok számára, hogy a kereskedők világosan azonosítsák a promóciós ajánlatokat, mint például az árengedményeket, bónuszokat és ajándékokat, – ha megengedettek abban a tagállamban, amelyben a szolgáltató letelepedett –, valamint az ilyen promóciós ajánlatok igénybevételének feltételeit.

A Bizottság 2020. december 15-én közzétette a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslatát⁽⁷⁸⁾ és a digitális piacokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslatát⁽⁷⁹⁾. A digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály célja, hogy naprakészé tegye és kiterjessze az elektronikus kereskedelemre és a platformokra vonatkozó szabályokat az EU-ban, a digitális piacokról szóló jogszabály pedig további kötelezettségeket kíván bevezetni az úgynevezett kapuőrök által üzemeltetett egyes szolgáltatásokra vonatkozóan⁽⁸⁰⁾.

1.2.9. Kölcsönhatás az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelvvel

Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv⁽⁸¹⁾ azokra a lineáris és nem lineáris audiovizuális médiaszolgáltatásokra (vagyis a televíziós műsorszolgáltatásra és a lekérhető médiaszolgáltatásokra) vonatkozik, amelyek közvetlenül vagy közvetve árukat vagy szolgáltatásokat reklámozó audiovizuális kereskedelmi tájékoztatást (például televíziós reklám, támogatás, televíziós vásárlás vagy termékmegjelenítés) tartalmazhatnak.

⁽⁷⁴⁾ A Bíróság 2017. február 8-i ítélete, Carrefour, C-562/15.

⁽⁷⁵⁾ Ugyanott, 33-38. pont.

⁽⁷⁶⁾ 2006/123/EK irányelv.

⁽⁷⁷⁾ 2000/31/EK irányelv.

⁽⁷⁸⁾ Javaslat – Rendelet a digitális szolgáltatások egységes piacáról (COM(2020) 825).

⁽⁷⁹⁾ Javaslat – Rendelet a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról (COM(2020) 842).

⁽⁸⁰⁾ A digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslat az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 12–15. cikke helyébe lépne. A javasolt szabályok nem érintenék a fogyasztóvédelmi jogot (a digitális szolgáltatásokról szóló rendeletre vonatkozó javaslat 1. cikke (5) bekezdésének h) pontja). A digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály egyértelművé tenné továbbá az online platformok esetleges felelősségét a fogyasztóvédelmi jogszabályoknak – többek között a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek – való megfelelésért, amennyiben a platform úgy működik, hogy egy átlagos és észszerűen tájékozott fogyasztó azt hiheti, hogy az ügylet magával a platformmal kerül sor (a digitális szolgáltatásokról szóló rendeletre vonatkozó javaslat 5. cikkének (3) bekezdése). A javaslatok szerint a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályban az online platformok, illetve a digitális piacokról szóló jogszabályban a kapuőrként kijelölt alapvető platformszolgáltatók – azaz online keresőmotorok, online közösségi hálózati szolgáltatások, videómegosztóplatform-szolgáltatások, számfüggetlen személyközi hírközlési szolgáltatások, operációs rendszerek, felhőszolgáltatások, hirdetési szolgáltatások (a javaslat 2. cikkének (2) bekezdése) – vonatkozásában meghatározott további követelményeket az uniós fogyasztóvédelmi jogban meghatározott egyedi szabályokon túl kiegészítő módon kellene alkalmazni.

⁽⁸¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2010. március 10-i 2010/13/EU irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) (HL L 95., 2010.4.15., 1. o.).

Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv 5. cikke általános tájékoztatási követelményeket ír elő a szolgáltatók számára, a 9. cikk pedig azokat a követelményeket fekteti le, amelyeknek az összes audiovizuális kereskedelmi tájékoztatásnak meg kell felelnie. A 10., illetve a 11. cikk azokat a feltételeket rögzíti, amelyeknek az audiovizuális médiaszolgáltatásokban a támogatásnak és termékmegjelenítésnek meg kell felelnie. Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv egyéb szigorúbb kritériumokról is rendelkezik, amelyek kizárólag a televíziós reklámokra és a televíziós vásárlásra vonatkoznak (a televíziós reklámokról és a televíziós vásárlásról szóló VII. fejezet).

Az irányelv 2018. évi felülvizsgálata⁽⁸²⁾ e szabályok némelyikét a videómegosztó platformokra is kiterjesztette (28b. cikk). Ezeknek a platformoknak meg kell felelniük a 9. cikk (1) bekezdésében foglalt követelményeknek az olyan audiovizuális kereskedelmi közlemények tekintetében, amelyeket saját maguk forgalmaznak, értékesítenek vagy szerveznek, és meg kell tenniük a megfelelő intézkedéseket a nem saját maguk által forgalmazott, értékesített vagy szervezett audiovizuális kereskedelmi közlemények tekintetében. A felülvizsgált irányelv közzétételi követelményeket is tartalmaz a videómegosztó platformokon megjelenő audiovizuális kereskedelmi közlemények vonatkozásában. A Bizottság iránymutatásokat⁽⁸³⁾ fogadott el a videómegosztóplatform-szolgáltatás fogalom meghatározásának gyakorlati alkalmazásáról.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv az audiovizuális médiaszolgáltatásokban megjelenő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra, például a megtévesztő és agresszív gyakorlatokra annyiban vonatkozik, amennyiben ezek nem tartoznak a fent említett rendelkezések hatálya alá.

1.2.10. Kölcsönhatás az általános adatvédelmi rendelettel és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvvel

A magán- és családi élet tiszteletben tartása, valamint a személyes adatok védelme az Európai Unió Alapjogi Chartájának 7. és 8. cikke szerinti alapvető jog. A 7. cikk értelmében mindenkinek joga van ahhoz, hogy magán- és családi életét, otthonát és kapcsolattartását tiszteletben tartsák. Ami a személyes adatok védelmét illeti, a Charta 8. cikkének (2) bekezdése fontos adatvédelmi elveket (tisztességes adatkezelés, hozzájárulás vagy törvényben rögzített jogos ok, jog a gyűjtött adatok megismeréséhez és kijavításához) tartalmaz. A Charta 8. cikkének (3) bekezdése kimondja, hogy ezeknek az adatvédelmi szabályoknak a tiszteletben tartását független hatóságnak kell ellenőriznie⁽⁸⁴⁾.

Az **általános adatvédelmi rendelet**⁽⁸⁵⁾ (GDPR) szabályozza a személyes adatok védelmét és az ilyen adatok szabad mozgását. Az adatvédelmi szabályokat nemzeti felügyeleti hatóságok és nemzeti bíróságok hajtják végre. Az általános adatvédelmi rendelet a „személyes adatok” kezelésére vonatkozik. A személyes adat az azonosított vagy azonosítható természetes személyre („érintett”) vonatkozó bármely információ. Azonosítható az a személy, aki közvetlen vagy közvetett módon, különösen valamely azonosító szám vagy a személy testi, fiziológiai, genetikai, szellemi, gazdasági, kulturális vagy szociális azonosságára vonatkozó egy vagy több tényező alapján azonosítható.

Az adatkezelésnek, amely magában foglalja a személyes adatok gyűjtését és tárolását is, tisztességesnek és törvényesnek kell lennie. A tisztességes adatkezelés egyik szempontja, hogy az érintett releváns tájékoztatást kapjon, többek között az adatkezelés céljairól, tekintettel az adatgyűjtés sajátos körülményeire. A személyes adatok tisztességes és törvényes kezelése megköveteli, hogy betartsák az adatvédelmi elveket, és a törvényes adatkezelés hat oka közül legalább az egyik érvényes legyen az adatkezelési tevékenységre (lásd az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének (1) bekezdését). Ezen okok egyike az egyén hozzájárulása. Egy másik az, amikor az adatkezelőt uniós vagy tagállami jog kötelezi az adatok kezelésére (például az ügyfél megismerésére vonatkozó kötelezettség).

⁽⁸²⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1808 irányelve (2018. november 14.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek (audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról (HL L 303., 2018.11.28., 69. o.).

⁽⁸³⁾ A Bizottság közleménye – Iránymutatások az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv értelmében a „videómegosztóplatform-szolgáltatás” fogalom meghatározásában szereplő alapvető funkció kritériumának gyakorlati alkalmazására vonatkozóan (HL C 223., 2020.7.7., 3. o.).

⁽⁸⁴⁾ A 8. cikkben megállapított, a személyes adatok védelméhez fűződő jog a törvénnyel összhangban és a demokratikus társadalom elveinek tiszteletben tartása érdekében korlátozható: az arányosság elvének figyelembevételével az alapvető jogok korlátozására csak akkor és annyiban kerülhet sor, ha és amennyiben az elengedhetetlen és ténylegesen az Unió által elismert általános érdekű célkitűzéseket vagy mások jogainak és szabadságainak védelmét szolgálja (a Charta 52. cikkének (2) bekezdése).

⁽⁸⁵⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet) (HL L 119., 2016.5.4., 1. o.).

Az **elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv**⁽⁸⁶⁾ a személyes adatok elektronikus hírközlési ágazatban történő kezelése tekintetében pontosítja és kiegészíti az általános adatvédelmi rendeletet, mivel elősegíti az ilyen adatok, valamint az elektronikus hírközlési berendezések és szolgáltatások szabad mozgását. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése különösen akkor követeli meg a felhasználó hozzájárulását, ha „sütik” vagy az egyén eszközén (például táblagépen vagy okostelefonon) tárolt információkhoz való hozzáférés más formáinak használatára kerül sor, kivéve, ha az ilyen tárolás vagy hozzáférés a felhasználó által kifejezetten kért közléstovábbításhoz vagy az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás nyújtásához szükséges.

Az **adatközpontú üzleti struktúrák** egyre inkább túlsúlyba kerülnek az online világban. Különösen az online platformok elemzik, kezelik és értékesítik a fogyasztói preferenciákhoz kapcsolódó és a felhasználó által generált egyéb tartalmat. Ez – a reklámozással együtt – gyakran a bevételeik fő forrását jelenti. Az ilyen típusú helyzetekben a személyes adatok gyűjtésének és kezelésének meg kell felelnie az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv és az általános adatvédelmi rendelet fent említett jogi követelményeinek.

Az általános adatvédelmi rendelet és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv kereskedő általi megsértése önmagában nem mindig jelenti, hogy az adott gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet is sérti. A magánélet és az adatvédelem ilyen megsértését azonban figyelembe kell venni a kereskedelmi gyakorlatoknak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti általános tisztességtelen jellegének értékelésekor, különösen abban az esetben, ha a kereskedő a fogyasztói adatokat a magánélet védelmére és az adatvédelemre vonatkozó követelmények megsértésével kezeli, azaz közvetlen üzletszerzési vagy bármely más kereskedelmi célból, például profilalkotás, személyes árképzés vagy nagy adathalmazos alkalmazások céljából.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szempontjából az első mérlegelendő kérdés a **kereskedelmi gyakorlat átláthatósága**. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke értelmében a kereskedők nem téveszthetik meg a fogyasztókat olyan szempontok alapján, amelyek valószínűleg befolyásolják üzleti döntéseiket. Konkrétabban, a 7. cikk (2) bekezdése és az I. melléklet 22. pontja megakadályozza, hogy a kereskedők **elrejtsek** a kereskedelmi gyakorlat mögötti **kereskedelmi szándékot**. Lásd még a 3.4 szakaszt az „ingyenes” állítás használatáról a digitális termékek leírása vonatkozásában, amely állítás sértheti az I. melléklet 20. pontját.

Ezenkívül az általános adatvédelmi rendeletben és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvben foglalt tájékoztatási követelmények a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése szerinti jelentős információknak minősülhetnek. A személyes adatok, a fogyasztói preferenciák és a felhasználók által létrehozott egyéb tartalmak gazdasági értékkel bírnak, és gyakran harmadik felek rendelkezésére bocsátják őket. Következésképpen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdése és I. mellékletének 22. pontja értelmében, ha a kereskedő nem tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy a szolgáltatott adatokat kereskedelmi célokra fogja felhasználni, ez **jelentős információkkal kapcsolatos megtévesztő mulasztásnak**, valamint az átláthatóság és az általános adatvédelmi rendelet 12–14. cikke szerinti egyéb követelmények megsértésének minősülhet.

1.2.11. Kölcsönhatás az EUMSZ 101–102. cikkével (uniós versenyszabályok)

Az 1/2003/EK tanácsi rendelet⁽⁸⁷⁾ biztosítja a jogi keretet az EUMSZ 101. és 102. cikkében lefektetett versenyszabályok végrehajtásához. Egyik cikk sem érinti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet.

Az EUMSZ 101. cikkének (1) bekezdése bizonyos körülmények között tiltja az olyan vállalkozások közötti megállapodásokat, vállalkozások társulásai által hozott döntéseket és összehangolt magatartásokat, például a beszerzési vagy eladási árak vagy egyéb üzleti feltételek rögzítését, amelyek célja vagy hatása a belső piacon belüli verseny megakadályozása, korlátozása vagy torzítása.

Az EUMSZ 102. cikke bizonyos körülmények között tiltja, hogy egy vagy több vállalkozás visszaéljen meglévő erőfölényével. Ilyen visszaélés lehet például egyenértékű ügyletek esetén eltérő feltételek alkalmazása az üzletfelekkel szemben, ami által azok versenyhátrányba kerülnek, vagy a tisztességtelen beszerzési vagy eladási árak közvetlen vagy közvetett kikötése.

⁽⁸⁶⁾ Az Európai parlament és a Tanács 2002/58/EK irányelve (2002. július 12.) az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről („Elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv”) (HL L 201., 2002.7.31., 37. o.) a következők által módosított formában: Az Európai parlament és a Tanács 2006/24/EK irányelve (2006. március 15.) a nyilvánosan elérhető elektronikus hírközlési szolgáltatások nyújtása, illetve a nyilvános hírközlő hálózatok szolgáltatása keretében előállított vagy feldolgozott adatok megőrzéséről és a 2002/58/EK irányelv módosításáról (HL L 105, 2006.4.13., 54. o.), valamint Az Európai Parlament és a Tanács 2009/136/EK irányelve (2009. november 25.) az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EK irányelv, az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről szóló 2002/58/EK irányelv és a fogyasztóvédelmi jogszabályok alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről szóló 2006/2004/EK rendelet módosításáról (HL L 337., 2009.12.18., 11. o.).

⁽⁸⁷⁾ A Tanács 1/2003/EK rendelete (2002. december 16.) a Szerződés 81. és 82. cikkében meghatározott versenyszabályok végrehajtásáról (HL L 1., 2003.1.4., 1. o.). Az EK-Szerződés 81. és 82. cikke 2009. december 1-jei hatállyal az EUMSZ 101., illetve 102. cikké vált. A megfelelő cikkek rendelkezései tartalmukat tekintve azonosak.

Az a tény, hogy egy adott magatartás sérti az EUMSZ 101. vagy 102. cikkét, nem jelenti automatikusan azt, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében is tisztességtelen (vagy fordítva). A kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelen jellegének a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti értékelésekor azonban figyelembe kell venni a versenyszabályok megsértését, amennyiben azok ellentétesnek minősülhetnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében foglalt, a „szakmai gondosságra” vonatkozó általános kikötéssel.

1.2.12. Kölcsönhatás az Európai Unió Alapjogi Chartájával

51. cikkének (1) bekezdése értelmében az Európai Unió Alapjogi Chartája akkor vonatkozik a tagállamokra, ha azok uniós jogszabályt alkalmaznak, így tehát akkor is, amikor végrehajtják a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezéseit. A Charta többek között a személyes adatok védelmére (8. cikk), a gyermekek jogaira (24. cikk), a fogyasztóvédelemre (38. cikk) és a hatékony jogorvoslatához, valamint tisztességes tárgyaláshoz való jogra (47. cikk) vonatkozóan tartalmaz rendelkezéseket.

A Bíróság hangsúlyozta a Charta igazságszolgáltatáshoz való jogról szóló 47. cikkének fontosságát az uniós irányelvek által biztosított fogyasztói jogokkal összefüggésben a fogyasztók rendelkezésére álló jogorvoslatok tekintetében. A Bíróság által hivatkozott tényleges érvényesülés elve azt jelenti, hogy a nemzeti eljárási szabályok nem tehetik rendkívül nehezzé vagy gyakorlatilag lehetetlenné az uniós jog által a fogyasztókra ruházott jogok gyakorlását⁽⁸⁸⁾.

1.2.13. Kölcsönhatás az EUMSZ 34–36. cikkével

Egy olyan területen hozott nemzeti intézkedést, amely az uniós szintű átfogó harmonizáció tárgyát képezte, az adott harmonizációs intézkedés, nem pedig az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) szempontjából kell vizsgálni⁽⁸⁹⁾. Ezért amikor a nemzeti intézkedés a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozik (ezzel a fenti 1.1. és 1.2. szakasz foglalkozik), azt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, nem pedig az EUMSZ alapján kell vizsgálni.

Azokat a nemzeti intézkedéseket, amelyek sem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, sem a másodlagos uniós jog más harmonizációs eszközének hatálya alá nem tartoznak, az EUMSZ 34–36. cikke értelmében kell vizsgálni. Az EUMSZ 34. cikkében lefektetett mennyiségi korlátozásokkal azonos hatású intézkedések tilalma kiterjed a tagállamok által törvénybe iktatott minden olyan kereskedelmi szabályra, amely képes közvetve vagy közvetlenül, ténylegesen vagy potenciálisan akadályozni az Unión belüli kereskedelmet⁽⁹⁰⁾. Az e rendelkezések alkalmazására vonatkozó további iránymutatásért lásd még az EUMSZ 34–36. cikkére vonatkozó iránymutatásról szóló bizottsági közleményt⁽⁹¹⁾.

A Bíróság kimerítően foglalkozott annak kérdésével, hogy egy nemzeti szabály mikor képes akadályozni az Unión belüli kereskedelmet. Nevezetesen a Keck ügyben⁽⁹²⁾ a Bíróság azt az álláspontot képviselte, hogy a bizonyos **értékesítési megállapodásokat** korlátozó vagy tiltó nemzeti rendelkezéseknek nem az a céljuk, hogy közvetve vagy közvetlenül, ténylegesen vagy potenciálisan megakadályozzák a tagállamok közötti kereskedelmet, amíg először is ezek a rendelkezések a nemzeti területen belül működő valamennyi vonatkozó kereskedőre vonatkoznak, másodszor pedig a hazai termékek és más tagállamok termékeinek forgalmazását törvényileg és ténylegesen is azonos módon befolyásolják⁽⁹³⁾. Az értékesítési megállapodások listájába a Bíróság felvette a forgalmazás feltételeihez és módszereihez kapcsolódó intézkedéseket⁽⁹⁴⁾, az áruk értékesítésének idejére vonatkozó intézkedéseket⁽⁹⁵⁾, az áruk értékesítésének helyéhez kapcsolódó intézkedéseket vagy az arra vonatkozó korlátozásokat, hogy ki értékesítheti az árukat⁽⁹⁶⁾, illetve az árszabályozási intézkedéseket⁽⁹⁷⁾.

A Bíróság joggyakorlatában említett értékesítési megállapodások néhány példája – nevezetesen a forgalmazás feltételeit és módjait szabályozó nemzeti rendelkezések – **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozna, ha az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozna és célja szerint a fogyasztók gazdasági érdekeit védené.**

⁽⁸⁸⁾ A C-34/13. sz. Kušinová ügyben hozott ítélet 63–65. pontja és a C-169/14. sz. Sanchez Morcillo ügyben hozott ítélet 35. pontja.

⁽⁸⁹⁾ A C-322/01. sz. Deutscher Apothekerverband ügyben hozott ítélet 64. pontja; a C-205/07. sz. Gysbrechts ügyben hozott ítélet 33. pontja; a C-37/92. sz. Vanacker és Lesage ügyben hozott ítélet 9. pontja; a C-324/99. sz. DaimlerChrysler ügyben hozott ítélet 32. pontja és a C-322/01. sz. Deutscher Apothekerverband ügyben hozott ítélet 64. pontja.

⁽⁹⁰⁾ Lásd a C-8/74. sz. Dassonville ügyben hozott ítélet 5. pontját.

⁽⁹¹⁾ A Bizottság közleménye – Iránymutatás az Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ) 34–36. cikkének alkalmazásáról (HL C 100., 2021.3.23., 38. o.).

⁽⁹²⁾ A Bíróság 1993. november 24-i ítélete, Keck, C-267/91 és C-268/91, ECLI:EU:C:1993:905.

⁽⁹³⁾ A Keck ügyben hozott ítéletében a Bíróság pontosította a korábbi ítélkezési gyakorlatát, különösen a C-8/74. sz. Dassonville ügyben hozott ítéletet.

⁽⁹⁴⁾ Lásd a Bíróság ítéletét, Leclerc-Siplec, C-412/93, 22. pont és ARD, C-6/98, 46. pont.

⁽⁹⁵⁾ Lásd a Bíróság ítéletét, Tankstation 't Heukske és Boermans, C-401/92 és C-402/92 egyesített ügyek, 14. pont; Punto Casa és PPV, C-69/93 és C-258/93 egyesített ügyek, valamint Semeraro Casa Uno és társai C-418/93–C-421/93, C-460/93–C-462/93, C-464/93, C-9/94–C-11/94, C-14/94, C-15/94, C-23/94, C-24/94 és C-332/94 egyesített ügyek, 9–11., 14., 15., 23. és 24. pont.

⁽⁹⁶⁾ Lásd a Bíróság ítéletét, Bizottság kontra Görögország, C-391/92, 15. pont; Punto Casa és PPV, C-69/93 és C-258/93 egyesített ügyek.

⁽⁹⁷⁾ Lásd a Bíróság ítéletét, Belgacom, C-63/94.

Számos, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv vagy egyéb másodlagos uniós jog **hatálya alá nem tartozó kereskedelmi gyakorlat** a Keck ügyben hozott ítélet értelmében értékesítési megállapodásnak minősülhet. Ezek az értékesítési megállapodások **az EUMSZ 34. cikkének hatálya alá tartoznak**, ha törvényileg vagy ténylegesen hátrányos megkülönböztetést eredményeznek a termékek származási helye alapján. Törvényileg akkor valósul meg hátrányos megkülönböztetés, ha az intézkedések nyilvánvalóan megkülönböztetőek, miközben a tényleges diszkrimináció ennél összetettebb. Az ilyen intézkedéseket egyedileg kellene vizsgálni.

Ha egy intézkedés vagy nemzeti gyakorlat sérti az EUMSZ 34. cikkét, az elvben indokolható az EUMSZ 36. cikke értelmében vagy a Bíróság által elismert, valamely közérdeken alapuló kényszerítő előírás alapján. A nemzeti hatóságoknak kell bizonyítaniuk, hogy ezen okok egyike indokolja az áruk szabad mozgásának korlátozását⁽⁹⁸⁾. Továbbá a tagállam feladata bizonyítani, hogy a szabályozásuk szükséges a hivatkozott közérdek hatékony védelme érdekében⁽⁹⁹⁾.

Ezek az intézkedések viszont csak akkor engedhetők meg, ha arányban állnak az elérni kívánt céllal, és a célt nem lehet az EU-n belüli kereskedelmet kevésbé korlátozó intézkedéssel elérni⁽¹⁰⁰⁾. A Bíróság újabban megállapította, hogy „a szóban forgó korlátozás arányossága vizsgálatának keretében azt is ellenőrizni kell, hogy az e körülmények között alkalmazott eszközök nem lépnek-e túl a követett jogszerű cél eléréséhez szükséges mértéken. Más szóval, azt kell értékelni, hogy nincsenek-e olyan alternatív intézkedések, amelyek szintén alkalmasak e cél elérésére, ugyanakkor hatásuk kevésbé korlátozza a Közösségen belüli kereskedelmet.”⁽¹⁰¹⁾ Ezenkívül a Bíróság úgy ítélte meg, hogy „[e] szövegösszefüggésben arra kell továbbá emlékeztetni, hogy egy korlátozó intézkedés csak akkor minősíthető összeegyeztethetőnek az uniós jog követelményeivel, ha a kitűzött célt valóban koherens és szisztematikus módon kívánja elérni”⁽¹⁰²⁾.

1.2.14. Kölcsönhatás a platformok és az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokról szóló rendelettel

A platformok és az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokról szóló rendelet⁽¹⁰³⁾ szabályokat állapít meg annak biztosítására, hogy az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói és az online keresőprogramok tekintetében a kereskedelmiweboldal-használók számára megfelelő átláthatóság, méltányosság és hatékony jogorvoslati lehetőség álljon rendelkezésre. A platformok és az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokról szóló rendelet átláthatósági követelményei kiterjednek a találatok rangsorolására (5. cikk).

A Bizottság a rangsorolás átláthatóságára vonatkozó iránymutatást tett közzé, amelynek célja, hogy megkönnyítse az online közvetítő szolgáltatók és az online keresőprogram-szolgáltatók számára a követelményeknek való megfelelést⁽¹⁰⁴⁾.

Hasonló követelményt vezetett be a B2C területen a rangsorolás átláthatósága tekintetében az (EU) 2019/2161 irányelv, amely a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkét egy új, 4a. ponttal bővítette. Előírja a kereskedők számára, hogy tájékoztassák a fogyasztókat a keresési lekérdezés eredményeként a fogyasztónak bemutatott termékek rangsorolását meghatározó fő paramétereiről és e paraméterek relatív jelentőségéről. A rangsorolás átláthatósága tekintetében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a platformok és az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokról szóló rendelet közötti kölcsönhatással a 4.2.3. szakasz foglalkozik.

1.3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az önszabályozás közötti viszony

2. cikk f) pont

„magatartási kódex”: az a megállapodás vagy – nem tagállami törvény, rendelet vagy közigazgatási rendelkezés által előírt – szabálygyűjtemény, amely meghatározza azon kereskedők magatartását, akik egy vagy több sajátos kereskedelmi gyakorlat vagy üzletág vonatkozásában e kódexet magukra nézve kötelezőnek ismerik el;

10. cikk

Magatartási kódexek

Ez az irányelv nem zárja ki azt, hogy – a tagállamok esetleges ösztönzésére – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat a magatartási kódexek felelősei ellenőrizzék, valamint hogy a 11. cikkben említett személyek vagy szervezetek az ilyen testületekhez forduljanak, amennyiben az ilyen testületek előtti eljárások a szóban forgó cikkben említett bírósági vagy közigazgatási hatósági eljárások mellett rendelkezésre állnak. Az ilyen ellenőrző testületekhez való fordulás soha nem tekinthető a bíróság vagy közigazgatási hatóság előtti – 11. cikk szerinti – jogorvoslatról való lemondásnak.

⁽⁹⁸⁾ Lásd a Bíróság ítéletét, Bizottság kontra Dán Királyság, C-192/01.

⁽⁹⁹⁾ E tekintetben lásd a C-333/08. sz. Bizottság kontra Franciaország ügyben hozott ítélet 87. pontját.

⁽¹⁰⁰⁾ Lásd többek között a C-313/94. sz. Graffione ügyben hozott ítélet 17. pontját és a C-3/99. sz. Ruwet ügyben hozott ítélet 50. pontját.

⁽¹⁰¹⁾ A Bíróság ítélete, Kakavetsos-Fragkopoulou, C-161/09, 39. pont.

⁽¹⁰²⁾ Ugyanott, 42. pont.

⁽¹⁰³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról (HL L 186., 2019.7.11., 57. o.).

⁽¹⁰⁴⁾ A Bizottság közleménye – Iránymutatás a rangsorolási átláthatóságról az (EU) 2019/1150 európai parlamenti és tanácsi rendeletnek megfelelően (HL C 424., 2020.12.8., 1. o.).

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv elismeri az önszabályozó mechanizmusok fontosságát, és egyértelművé teszi a magatartási kódexek felelőseinek és a szabályozási testületeknek a végrehajtásban játszott szerepét. A tagállamok ösztönözhetik a kódexek felelőseit, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv végrehajtásán túl aktívan keressék a tisztességes kereskedelmi gyakorlatokat.

Ha az önszabályozó kódexek felelősei szigorúan és pontosan alkalmazzák a kódexekben foglalt szabályokat, és/vagy a független önszabályozó testületek szigorúan érvényesítik őket, akkor ezáltal csökkenhet az igazgatási és bírósági végrehajtási fellépés szükségessége. Sőt, ha magasak a követelmények, és az ipari szereplők azoknak nagyjából eleget tesznek, e szabályok hasznos hivatkozási pontként szolgálhatnak a nemzeti hatóságok és bíróságok számára annak megvizsgálásához, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról van-e szó.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv számos rendelkezése **megakadályozza, hogy a kereskedők méltatlanul kihasználják a fogyasztók önszabályozó kódexekbe vetett bizalmát**. Ezzel részletesebben a magatartási kódexek be nem tartásáról szóló 2.8.4. szakasz foglalkozik.

1.4. Jogérvényesítés és jogorvoslat

1.4.1. Közjogi és magánjogi jogérvényesítés

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 11. cikke értelmében a tagállamok a fogyasztók érdekében biztosítják **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok leküzdésére**, valamint az ezen irányelv rendelkezései betartásának kikényszerítésére **alkalmas megfelelő és hatékony eszközöket**.

Az ilyen eszközök közé tartoznak azok a jogi rendelkezések, amelyek értelmében a nemzeti jog alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok elleni küzdelemben jogos érdekekkel rendelkező személyek vagy szervezetek – ideértve a versenytársakat is – jogi lépéseket tehetnek **a nemzeti bíróságokon és/vagy a panaszok elbírálására vagy a megfelelő bírósági eljárások kezdeményezésére hatáskörrel rendelkező közigazgatási hatóság előtt**.

A tagállamoknak jóhiszeműen biztosítaniuk kell a különböző illetékes közjogi jogérvényesítő hatóságok közötti koordinációt. Azokban a tagállamokban, **ahol különböző hatóságok felelősek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az ágazati jogszabályok végrehajtásáért**, a hatóságoknak szorosan együtt kell működniük annak biztosítása érdekében, hogy az ugyanarra a kereskedőre és/vagy kereskedelmi gyakorlatra irányuló saját vizsgálataik megállapításai következtetések legyenek.

Ami a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a nemzeti bíróságok előtti bírósági eljárás útján történő érvényesítését illeti, a Bíróság a Movic ügyben hozott ítéletében megerősítette, hogy „a »polgári és kereskedelmi ügyeknek«” az átdolgozott Brüsszel I. rendelet 1. cikkének (1) bekezdésében „szereplő fogalmába tartozik az olyan kereset, amelyet valamely tagállam hatóságai valamely más tagállamban letelepedett eladók vagy szolgáltatók ellen indítanak, és amelynek keretében e hatóságok elsődlegesen az állítólagosan jogellenes tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot képező jogsértések fennállásának a megállapítását és azok megszüntetésének az elrendelését kérik, valamint járulékos jelleggel közzétételi intézkedések elrendelését, és kényszerítő bírság kiszabását”⁽¹⁰⁵⁾.

A magánjogi jogérvényesítés területén a fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti keresetekről szóló (EU) 2020/1828 európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽¹⁰⁶⁾ valamennyi tagállamban bevezette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **képviseleti eljárások** révén történő végrehajtásának lehetőségét. Ilyen kereseteket az arra feljogosított szervek indíthatnak, az érintett fogyasztók nevében a jogsértés megszüntetésére irányuló intézkedéseket és jogorvoslati intézkedéseket kérve.

Végezetül, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (és a fogyasztók jogairól szóló irányelv) megsértését bejelentő személyekre az (EU) 2019/1937 európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽¹⁰⁷⁾ (a visszaélést bejelentő személyekről szóló irányelv) 2. cikke (1) bekezdése a) pontjának ix. alpontja szerinti védelmi rendszer vonatkozik. Azzal, hogy a visszaélést bejelentő személyek biztonságban érzik magukat, a bejelentések száma valószínűleg növekedni fog, és ezáltal hatékonyabbá válik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv végrehajtása.

1.4.2. Szankciók

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 13. cikke az irányelvet átültető nemzeti szabályok megsértése esetén alkalmazandó szankciókkal foglalkozik. Az (1) bekezdés előírja, hogy a tagállamoknak meg kell határozniuk az irányelv alapján elfogadott nemzeti rendelkezések megsértése esetén alkalmazandó szankciókra vonatkozó szabályokat. A tagállamokra bízva a rendelkezésre álló szankciók típusának meghatározását és a szankciók kiszabására vonatkozó eljárások meghatározását, amennyiben azok a szankciók **hatékonyak, arányosak és visszatartó erejűek**.

⁽¹⁰⁵⁾ A Bíróság 2020. július 16-i ítélete, Movic és társai, C-73/19.

⁽¹⁰⁶⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2020/1828 irányelve (2020. november 25.) a fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti keresetekről és a 2009/22/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 409., 2020.12.4., 1. o.).

⁽¹⁰⁷⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1937 irányelve (2019. október 23.) az uniós jog megsértését bejelentő személyek védelméről (HL L 305., 2019.11.26., 17. o.).

Az (EU) 2019/2161 irányelv módosította a 13. cikket, és további követelményekkel egészítette ki. Először is tartalmazza a szankciók alkalmazására vonatkozó feltételek indikatív, nem kimerítő jellegű listáját ((2) bekezdés). Másodszor, konkrét szabályokat határoz meg ((3) és (4) bekezdés) a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló (EU) 2017/2394 európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽¹⁰⁸⁾ (a továbbiakban: a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet) szerinti összehangolt végrehajtási intézkedések hatálya alá tartozó kiterjedt jogsértések és uniós vonatkozású kiterjedt jogsértések esetén fizetendő pénzbírságokra vonatkozóan.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (15) preambulumbekzdése arra ösztönzi a tagállamokat, hogy a pénzbírságokból befolyó összegek elosztásakor tartsák szem előtt „a fogyasztók általános érdekeinek védelmét, valamint más védett közérdekeket is”.

A 13. cikk (5) bekezdése előírja a tagállamok számára, hogy értesítsék a Bizottságot a szankciókra vonatkozó nemzeti szabályokról és azok későbbi módosításairól, azaz az érintett nemzeti rendelkezéseket ismertető konkrét értesítés útján, és nem csupán az áttűtető intézkedésekről szóló általános értesítés részeként.

A szankciók alkalmazásának feltételei

A 13. cikk (2) bekezdése hat **indikatív, nem kimerítő jellegű feltételt** határoz meg, amelyeket a tagállamok illetékes hatóságainak és bíróságainak figyelembe kell venniük a szankciók kiszabásakor. Ezek „adott esetben” alkalmazandók a jogsértésekre, mind a belföldi, mind a határokon átnyúló helyzetekben:

13. cikk

(2) A tagállamok biztosítják, hogy a szankciók kiszabása tekintetében adott esetben figyelembe veszik az alábbi indikatív, nem kimerítő jellegű feltételeket:

- a) a jogsértés jellege, súlya, mértéke és időtartama;
- b) a kereskedő által tett intézkedések, amelyek a fogyasztók által elszenvedett kár csökkentésére vagy orvoslására irányulnak;
- c) a kereskedő által korábban elkövetett bármely jogsértés;
- d) a kereskedő által a jogsértés révén elért pénzügyi előnyök vagy elkerült veszteségek, amennyiben a vonatkozó adatok rendelkezésre állnak;
- e) a kereskedőre az ugyanazon jogsértésért más tagállamokban kiszabott szankciók a határokon átnyúló esetekben, amikor az ilyen szankciókra vonatkozó információk az (EU) 2017/2394 európai parlamenti és tanácsi rendelet által létrehozott mechanizmuson keresztül elérhetők;
- f) az eset körülményeire alkalmazható minden egyéb súlyosító vagy enyhítő tényező.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (7) preambulumbekzdése ismerteti néhány feltételt. A (8) preambulumbekzdés egyértelművé teszi, hogy „nem minden jogsértés esetén alkalmazhatók a szankciókkal kapcsolatos döntés meghozatalában, különösen a nem súlyos jogsértések esetében.” Emellett „[a] tagállamoknak a szankciók kiszabására vonatkozó egyéb jogi alapelveket is figyelembe kell venniük, mint például a *non bis in idem* elvét.”

A jogsértés szándékos jellege releváns az a) és f) pontban meghatározott feltételek alkalmazása szempontjából. A szándékosság azonban **nem** szükséges feltétele annak, hogy jogsértés esetén szankciók kiszabására kerüljön sor.

A c) pontban meghatározott feltétel az érintett kereskedő által a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel kapcsolatban elkövetett azonos vagy eltérő múltbeli jogsértésekre vonatkozik.

Az e) pontban meghatározott feltétel azokra az esetekre vonatkozik, **amikor ugyanaz a jogsértés több tagállamban fordult elő**. Csak akkor alkalmazandó, ha a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet alapján létrehozott együttműködési mechanizmuson keresztül rendelkezésre állnak a más tagállamok által ugyanazon jogsértés tekintetében kiszabott szankciókra vonatkozó információk.

Az eset körülményeitől függően az ugyanazon kereskedőre ugyanazon jogsértés miatt más tagállamban vagy tagállamokban kiszabott szankciók az a) pont értelmében nagyobb nagyságrendet és súlyt is jelezhetnek, és/vagy a c) pont értelmében „korábbi jogsértésnek” minősülhetnek. Ezért az ugyanazon jogsértés miatt más tagállamokban kiszabott szankciók súlyosbító tényezőt jelenthetnek. A más tagállamokban ugyanazon jogsértésért kiszabott szankciók az általában „minden egyéb” súlyosbító vagy enyhítő körülményre utaló f) pontban említett egyéb feltételek hatálya alá tartozó más „súlyosbító” körülményekkel együtt is értelmezhetők. Ugyanakkor egy másik tagállam által ugyanazon kereskedővel szemben ugyanazon jogsértés miatt kiszabott szankció a nemzeti joggal és a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 10. cikkének (2) bekezdésével⁽¹⁰⁹⁾ összhangban a *non bis in idem* elvének alkalmazása szempontjából is releváns lehet.

⁽¹⁰⁸⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/2394 rendelete (2017. december 12.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok végrehajtásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről és a 2006/2004/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 345., 2017.12.27., 1. o.).

⁽¹⁰⁹⁾ A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 10. cikkének (2) bekezdése: „E rendelet alkalmazása során a 9. cikkben meghatározott hatásköröket arányosan, az uniós és tagállami joggal – többek között az alkalmazandó eljárási biztosítékokkal és az Európai Unió Alapjogi Chartájában foglalt elvekkel – összhangban kell végrehajtani és gyakorolni. Az e rendelet alkalmazása során elfogadott vizsgálati cselekményeknek és végrehajtási intézkedéseknek a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgáló uniós jogszabályok megsértésének jellegével és a jogsértés által ténylegesen vagy valószínűsíthetően okozott teljes sérelemmel arányosnak kell lenniük.”

Szankciók a fogyasztóvédelmi együttműködéshez kapcsolódó összehangolt végrehajtási fellépés keretében

A 13. cikk (3) és (4) bekezdése további, normatívabb szabályokat ír elő (az (1) bekezdésben foglalt általános szabályhoz képest) azokra a szankciókra vonatkozóan, amelyeknek a nemzeti jog szerint rendelkezésre kell állniuk **a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet szerinti összehangolt fellépés tárgyát képező jogsértések** esetén.

A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 21. cikke előírja a tagállamok összehangolt fellépésben érintett illetékes hatóságai számára, hogy **hatékony, eredményes és összehangolt módon hozzanak végrehajtási intézkedéseket – ideértve a szankciók kiszabását is – a kiterjedt jogsértésért vagy az uniós dimenzióval rendelkező kiterjedt jogsértésért felelős kereskedővel szemben.** A „kiterjedt jogsértés” és „uniós dimenzióval rendelkező kiterjedt jogsértés” a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 3. cikkének (3) és (4) bekezdésében ⁽¹¹⁰⁾ meghatározott, határokon átnyúló jogsértés.

A jogsértések e kategóriája tekintetében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 13. cikkének (3) bekezdése előírja a tagállamok számára, hogy biztosítsák **a bírság kiszabásának lehetőségét, és a bírság maximális összege a kereskedő éves árbevételének legalább 4 %-a.** Ennek megfelelően a tagállamok a maximális bírság küszöbértékét a kereskedő éves árbevételének 4 %-ánál magasabban is meghatározhatják. Dönthetnek úgy is, hogy a bírságot nagyobb referencia-árbevétel, például a kereskedő világméretű árbevétele alapján határozzák meg. Hasonlóképpen, kiterjeszthetik a fogyasztóvédelmi együttműködés keretében végrehajtott összehangolt fellépések esetén rendelkezésre álló szankciókat más típusú jogsértésekre, például a belföldi jogsértésekre.

Amennyiben a kereskedő éves árbevételére vonatkozó információ nem áll rendelkezésre, például a közelmúltban alapított vállalkozások esetében, a 13. cikk (4) bekezdése biztosítja a tagállamok számára annak lehetőségét, hogy **legalább 2 millió EUR összegű maximális bírságot** szabjanak ki. A tagállamok a maximális bírság küszöbértékét 2 millió EUR-nál nagyobb összegben is meghatározhatják.

A bírságokra vonatkozó nemzeti szabályok harmonizálásának célja annak biztosítása, hogy a végrehajtási intézkedések a fogyasztóvédelmi együttműködés összehangolt végrehajtásában részt vevő valamennyi tagállamban lehetségesek és koherensek legyenek.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 13. cikkének (3) és (4) bekezdésével összhangban kiszabott bírságokra a 13. cikk (2) bekezdésében meghatározott közös feltételek vonatkoznak, ideértve különösen „a jogsértés jellegét, súlyosságát és időtartamát vagy időbeli hatásait”. Az illetékes hatóság vagy bíróság által egy adott ügyben kiszabott tényleges bírság – a jogsértés jellegétől, súlyosságától és egyéb releváns jellemzőitől függően – **alacsonyabb lehet** a fent ismertetett maximális összegnél.

A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet szerinti koordinációs kötelezettségek figyelembevételével az illetékes hatóság vagy bíróság dönthet úgy, hogy ismétlődő pénzbírságot (például napi pénzbírságot) szab ki mindaddig, amíg a kereskedő nem szünteti meg a jogsértést. Dönthet úgy is, hogy feltételeken szabja ki a pénzbírságot, ha a kereskedő az erre vonatkozó felszólítás ellenére az előírt határidőn belül nem szünteti meg a jogsértést.

A pénzbírság kiszámításakor figyelembe veendő **releváns árbevétel** a pénzbírságot kiszabó tagállamban elért árbevétel. A 13. cikk (3) bekezdése azonban azt is lehetővé teszi, hogy a pénzbírságot a kereskedő által **az összehangolt fellépéssel érintett valamennyi tagállamban** elért árbevétel alapján lehessen megállapítani, ha a fogyasztóvédelmi együttműködés koordinációjának eredményeként egyetlen tagállam szab ki pénzbírságot a részt vevő tagállamok nevében.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (10) preambulumbekzdése egyértelművé teszi, hogy „[a] kereskedők egyes esetekben vállalatcsoportok is lehetnek”. Ennek megfelelően, ha **a jogsértésért felelős kereskedő vállalatcsoport**, a pénzbírság kiszámításakor a csoportnak az érintett tagállamokban elért összesített árbevételét veszik figyelembe.

Az irányelv nem határozza meg az éves árbevétel meghatározásához használt referenciaévet. Ezért a pénzbírság összegének megállapításához a nemzeti hatóságok például a szankcióról szóló határozat időpontjában **rendelkezésre álló legfrissebb** (azaz az előző üzleti évre vonatkozó) **éves árbevételi adatokat** használhatják.

A 13. cikk (3) bekezdése értelmében a tagállamok a nemzeti alkotmánnyal kapcsolatos okokból **a bírságok kiszabását a következőkre korlátozhatják:** a) az ezen irányelv 6., 7., 8. 9. cikkének, valamint I. mellékletének megsértése; valamint b) a kereskedő által továbbra is folytatott olyan kereskedelmi gyakorlat, amelyről az illetékes nemzeti hatóság vagy bíróság megállapította, hogy tisztességtelen, ha az említett kereskedelmi gyakorlat nem minősül az a) pontban említett jogsértésnek. Ennek megfelelően e korlátozás célja a kivételes jellegű körülmények figyelembevétele, és lehetővé teszi a

⁽¹¹⁰⁾ „A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 3. cikkének (3) bekezdése: »kiterjedt jogsértés«: a) minden olyan cselekmény vagy mulasztás, amely ellentétben áll a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgáló uniós jogszabályokkal, és amely sértette, sérti vagy valószínűsíthetően sérti azon fogyasztók kollektív érdekeit, akik az alábbiak szerinti tagállamtól eltérő legalább két tagállamban rendelkeznek lakóhellyel: i. a cselekmény vagy a mulasztás keletkezésének vagy elkövetésének helye, ii. a cselekményért vagy mulasztásért felelős kereskedő letelepedésének helye, vagy iii. a cselekmény vagy mulasztás elkövetésével összefüggő bizonyíték, vagy cselekmény vagy mulasztás elkövetésével összefüggő, a kereskedőhöz kapcsolódó vagyontárgy helye; vagy b) olyan cselekmények vagy mulasztások, amelyek ellentétben állnak a fogyasztók érdekeinek védelmét szolgáló uniós jogszabályokkal és sértették, sértik vagy valószínűsíthetően sértik a fogyasztók kollektív érdekeit, és amelyek közös jellemzőkkel bírnak, többek között ugyanazt a jogellenes gyakorlatot valósítják meg vagy ugyanazt az érdeket sértik, továbbá amelyeket egy időben követ el ugyanaz a kereskedő legalább három tagállamban.

„A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet 3. cikkének (4) bekezdése: »uniós dimenzióval rendelkező kiterjedt jogsértés«: olyan kiterjedt jogsértés, amely sértette, sérti vagy valószínűsíthetően sérti a fogyasztók kollektív érdekeit a tagállamok legalább kétharmadában, amelyek együttesen kiteszik az Unió népességének legalább kétharmadát.”

tagállamok számára, hogy a pénzbírságokra vonatkozó rendelkezéseket ne alkalmazzák a fogyasztóvédelmi együttműködés keretében történő összehangolt végrehajtás hatálya alá tartozó olyan egyszerű jogsértésekre, amelyek esetében az egyetlen jogalap a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szakmai gondosságról szóló 5. cikke.

1.4.3. Fogyasztói jogorvoslat

Az (EU) 2019/2161 irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet egy új, 11a. cikkel egészítette ki, amely előírja a tagállamok számára annak biztosítását, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv megsértése által megkárosított fogyasztóknak a nemzeti szinten meghatározott feltételek mellett **arányos és hatékony jogorvoslati lehetőségeket** biztosítsanak, különös tekintettel a **kár megtérítésére és adott esetben az árcsökkentésre és a szerződés felmondására**. Ennek megfelelően a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben a fogyasztói jogorvoslat magában foglalja a szerződéses és a nem szerződéses jogorvoslatokat is.

A **jogorvoslat alkalmazásának feltételeit** a tagállamok határozzák meg, és azok olyan tényezőket is magukban foglalhatnak, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat súlya és jellege, az elszenvedett kár és adott esetben egyéb releváns körülmények. A **jogorvoslat** részletes **hatásait** is a tagállamoknak kell meghatározniuk, például azt, hogy a szerződés felmondására vonatkozó jogorvoslat a szerződés megkötésének érvénytelenségét eredményezi-e (mindkét fél köteles visszatérni a szerződést megelőző állapothoz), vagy csak a jövőbeli hatásait mondja fel, amennyiben a megfelelőség és a tényleges érvényesülés elvét tiszteletben tartják, és biztosított az irányelv hatékony érvényesülése.

Ezek a jogorvoslatok nem érintik az egyéb uniós jogi eszközökben – például a digitális tartalomról szóló (EU) 2019/770 európai parlamenti és tanácsi irányelvben⁽¹¹¹⁾ és az áruk értékesítéséről szóló (EU) 2019/771 európai parlamenti és tanácsi irányelvben⁽¹¹²⁾ – rendelkezésre álló jogorvoslati lehetőségeket. Ezekre a jogorvoslatokra együttesen is igényt lehet tartani az (EU) 2020/1828 irányelv szerinti képviselői keresetek révén.

1.4.4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazása a harmadik országokban székhellyel rendelkező kereskedőkre

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem uniós kereskedőkre történő alkalmazhatóságát a szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra alkalmazandó jogról szóló 864/2007/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽¹¹³⁾ (Róma II.) szabályozza. Ezt a rendeletet a „polgári és kereskedelmi ügyek területét érintő, olyan szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra kell alkalmazni, amelyek több állam jogához kapcsolódnak”. A Róma II. rendelet polgári és kereskedelmi jogvitákban is alkalmazandó.

A Róma II. rendelet 6. cikkének (1) bekezdése:

A tisztességtelen versenyt megvalósító cselekményből eredő szerződésen kívüli kötelmi viszonyra alkalmazandó jog azon ország joga, amelyben az a versenyviszonyokat vagy a fogyasztók kollektív érdekeit sérti vagy sértheti.

A Róma II. rendelet 6. cikkének (4) bekezdése:

Az e cikk szerint alkalmazandó jogtól nem lehet a 14. cikk szerint megállapodás útján eltérni.

Ha teljesülnek a Róma II. rendelet 6. cikke (1) bekezdésének feltételei, például ha egy megtévesztő reklám uniós fogyasztókat céloz meg, és ez sérti az uniós fogyasztók kollektív érdekeit, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazandó. A Róma II. rendelet 6. cikkének (4) bekezdése értelmében az alkalmazandó jogtól jogválasztási megállapodással nem lehet eltérni.

2. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV FŐ FOGALMAI

2.1. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv működése – Folyamatábra

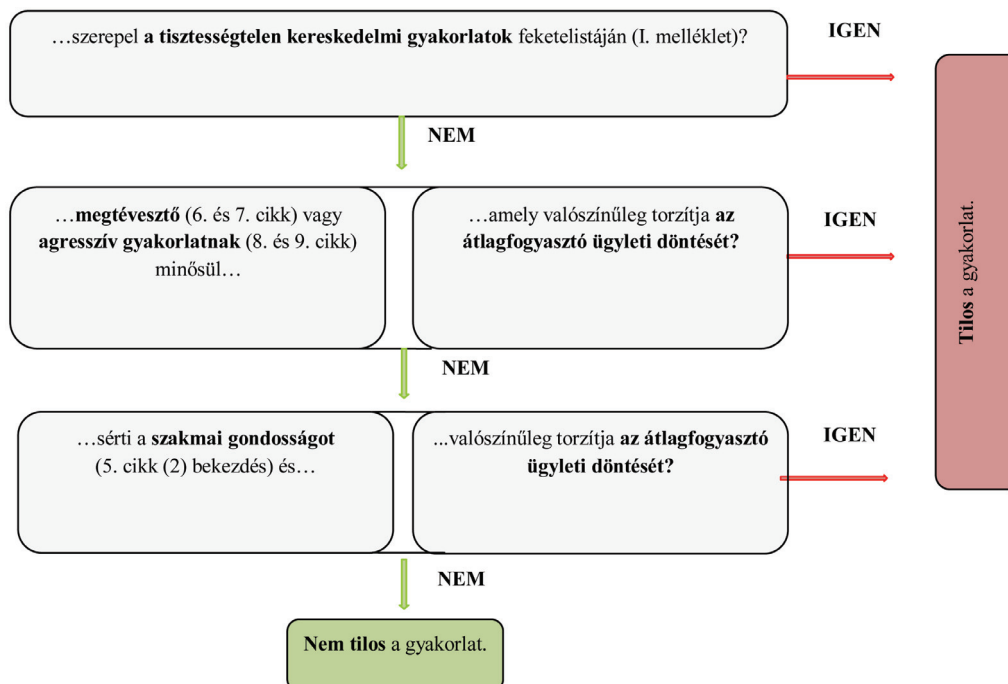
Az alábbi folyamatábra a kereskedelmi gyakorlatok mellékletben szereplő „feketelistája” és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános kikötései – nevezetesen a 6–9. cikk és az 5. cikk – közötti kapcsolatot ábrázolja. Egy kereskedelmi gyakorlat már akkor tisztességtelennek, és ezáltal a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alapján tilosnak minősül, ha e feltételek közül csupán egynek eleget tesz.

⁽¹¹¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/770 irányelve (2019. május 20.) a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól (HL L 136., 2019.5.22., 1. o.).

⁽¹¹²⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/771 irányelve (2019. május 20.) áruk adásvételére irányuló szerződések egyes vonatkozásairól, az (EU) 2017/2394 rendelet és a 2009/22/EK irányelv módosításáról, valamint az 1999/44/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 136., 2019.5.22., 28. o.).

⁽¹¹³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 864/2007/EK rendelete (2007. július 11.) a szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra alkalmazandó jogról (Róma II.) (HL L 199, 2007.7.31., 40. o.).

A kereskedelmi gyakorlat...



2.2. A kereskedő fogalma

2. cikk b) pont

„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.

E meghatározás nemcsak azokat a kereskedőket foglalja magában, akik saját nevükben tevékenykednek, hanem azokat a személyeket, köztük fogyasztókat is, **akik egy másik kereskedő „nevében” vagy „javára” járnak el.**

Példa:

- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy a médiában egy másik vállalat nevében és érdekében hirdetéseket elhelyező vállalat, amely a szolgáltató volt, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet átültető nemzeti rendelkezések értelmében kereskedőnek minősül ⁽¹¹⁴⁾.
- Az Európai Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózaton (CPC) keresztül eljáró nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok közös végrehajtási intézkedéseket hajtottak végre az alkalmazáson belüli vásárlásokat felkínáló online játékok vonatkozásában. Tisztázták, hogy – noha az alkalmazás tartalmaért való felelősséget elsődlegesen az alkalmazásfejlesztő viseli – az alkalmazás-áruház szolgáltatója szintén felelőssé tehető annak biztosításáért, hogy a platformjaikon futó játékok ne tartsanak közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat ⁽¹¹⁵⁾.

Ezért a 2. cikk b) pontja, valamint a felelősségre és szankciókra vonatkozó nemzeti törvények értelmében valamely kereskedő **egy másik kereskedővel egyetemlegesen felelőssé tehető a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek ez utóbbi által az előbbi nevében elkövetett megsértéséért.**

⁽¹¹⁴⁾ A lett közigazgatási bíróság 2012. március 8-i ítélete az A420632710. sz. ügyben.

⁽¹¹⁵⁾ Sajtóközlemény, 2014. július 18.: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_hu.htm

A Bíróság pontosította továbbá, hogy abban az esetben, ha valamely piaci szereplő kereskedelmi gyakorlatait egy másik, a nevében vagy javára eljáró vállalkozás révén fejti ki, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv bizonyos esetekben mind a szóban forgó piaci szereplőre, mind a vállalkozásra alkalmazható, amennyiben mindketten megfelelnek a „kereskedő” fogalma meghatározásának⁽¹¹⁶⁾. Ez azt jelenti, hogy az irányelv a kereskedők kereskedelmi gyakorlatainak értékelésére is felhasználható, amennyiben azok **közvetlenül kapcsolódnak a fogyasztó és egy másik, olyan kereskedő közötti ügylethez**, akinek nevében vagy javára a kereskedő eljár.

Előfordulhatnak olyan helyzetek, amikor **látszólag fogyasztók** árusítanak termékeket más fogyasztók számára, valójában azonban ezek az egyének **vagy maguk is kereskedők vagy kereskedők nevében járnak el** („vállalkozás által fogyasztók felé történő rejtett” értékesítések).

Azt, hogy egy eladó „kereskedőnek” vagy fogyasztónak minősül-e, egyedileg kell megvizsgálni. A Kamenova ügyben egy személy összesen nyolc, különböző új és használt cikkekre vonatkozó értékesítési hirdetést tett közzé egy honlapon⁽¹¹⁷⁾. A Bíróság megállapította, hogy önmagában az a körülmény, hogy az értékesítés nyereségszerzésre irányul, vagy hogy valamely természetes személy egyidejűleg több, új és használt árukat eladásra kínáló hirdetést tesz közzé egy online platformon, önmagában nem elegendő ahhoz, hogy e személy „kereskedőnek” minősüljön. A jogállás nemzeti bíróság általi meghatározásakor különböző nem kimerítő és nem kizárólagos feltételeket kell figyelembe venni.

A feltételek a következők:

- az eladónak van-e nyereségszerzési motivációja, ideértve azt a tényt, hogy esetleg javadalmazásban vagy egyéb ellenszolgáltatásban részesült az adott kereskedő nevében történő eljárásért,
- az ügyletek száma, összege és gyakorisága,
- az eladó értékesítési árbevétele, az eladó újbóli eladás céljából veszi-e a termékeket,
- az eladó héraalany-e,
- az értékesítésre szervezett módon kerül-e sor,
- az eladó rendelkezik-e olyan jogállással, amely lehetővé teszi számára kereskedelmi gyakorlatok megvalósítását,
- az értékesített termékek ugyanolyan típusúak vagy ugyanolyan értékűek-e, különösen, ha az ajánlat korlátozott számú termékre vonatkozik,
- az eladó rendelkezik-e az árukat illetően olyan információkkal és technikai szakértelemmel, amellyel a fogyasztó nem feltétlenül rendelkezik, és így az eladó előnyösebb helyzetbe kerül-e az említett fogyasztóhoz képest,
- az eladó vásárol-e termékeket azok továbbértékesítése céljából, amely így e tevékenység rendszeres jellegét, gyakoriságát és/vagy a kereskedelmi vagy szakmai tevékenységéhez mért egyidejűségét eredményezi⁽¹¹⁸⁾.

A kereskedő fogalmába tartozhatnak például azok a személyek, akiknek a fő tevékenysége, hogy nagyon gyakran online értékesítenek termékeket úgy, hogy azért vesznek termékeket, hogy azokat magasabb áron adják el.

Az online kereskedelmi ajánlási tevékenységeket – például **véleményformáló marketinget** (további információért lásd a 4.2.6. szakaszt) – folytató személyek kereskedőnek minősülhetnek, ha gyakran folytatnak ilyen gyakorlatot, függetlenül a közönségük méretétől. Alternatív megoldásként, amennyiben a személyek nem minősülnek kereskedőnek, mégis úgy tekinthetők, hogy azoknak a kereskedőnek a „javára” járnak el, amelynek termékeit a gyakorlat népszerűsíti, és ezért az irányelv hatálya alá tartoznak. A kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos egyértelműsége vonatkozó, különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdése szerinti kötelezettségek attól függetlenül alkalmazandók a kereskedőkre, hogy ők a termékek eladói-e vagy sem.

A jótékonyági vagy más etikai célú szervezetek attól függően minősülhetnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében kereskedőnek, hogy folytatnak-e kereskedelmi tevékenységet (például bizonyos etikai normáknak megfelelő termékek értékesítése). Amikor kereskedőként tevékenykednek, kereskedelmi tevékenységeik tekintetében elegendő kell tenniük a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezéseinek. Például a termék származási helyével vagy etikai vonatkozásaival kapcsolatos információk nem lehetnek megtevésztők.

Egy szervezet „**nonprofit**” felépítése lényegtelen annak értékelése szempontjából, hogy kereskedőnek minősül-e vagy sem.

⁽¹¹⁶⁾ A Bíróság 2013. október 17-i ítélete, RLvS, C-391/12, 38. pont.

⁽¹¹⁷⁾ A Bíróság 2018. október 4-i ítélete, Kamenova, C-105/17.

⁽¹¹⁸⁾ A Bíróság 2018. október 4-i ítélete, Kamenova, C-105/17, 38. pont.

Ugyanez vonatkozik a **hatóságokra** is, amelyek a körülményektől függően kereskedőnek minősülhetnek, ha kereskedelmi tevékenységet végeznek.

Példa:

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazásában a kereskedő fogalma alá tartozhat az olyan önkormányzat, amely engedményes áron árusít jegyeket egy általa szervezett művészeti kiállításra.

A BKK Mobil Oil ügyben a Bíróság megerősítette, hogy egy közérdekű feladatokkal, például kötelező egészségbiztosítási alap kezelésével megbízott közjogi szerv „kereskedőnek” minősülhet:

„az uniós jogalkotó a „kereskedő” fogalmának rendkívül széles értelmet adott, amely valamennyi „természetes vagy jogi személy[t]” magába foglal, amennyiben díjazással járó tevékenységet végeznek, és nem zárja ki a hatálya alól sem a közérdekű feladattal megbízott jogalanyokat, sem pedig a közjogi jogállással rendelkezőket” ⁽¹¹⁹⁾.

A Bíróság megállapította továbbá, hogy

„[...] a BKK biztosítottjait, akiket nyilvánvalóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett fogyasztóknak kell tekinteni, az e szerv által közzétett megtévesztő információk – amint erről ugyanezen irányelv 6. cikkének (1) bekezdése rendelkezik – félrevezethetik azáltal, hogy megakadályozzák őket a tájékozott választásban [...], és arra készítetik őket, hogy olyan döntést hozzanak, amelyet ilyen információk hiányában nem hoztak volna meg. Ilyen összefüggésben a szóban forgó szerv köz- vagy magánjellege, valamint feladatának sajátos volta nem releváns.” ⁽¹²⁰⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének („feketelista”) 22. pontja értelmében különösen tilos annak valótlan állítása, vagy olyan hamis benyomás keltése, hogy a kereskedő nem a saját kereskedésével, vállalkozásával, mesterségével vagy szakmájával kapcsolatos célból jár el, vagy a hamis módon fogyasztóként való fellépés.

Ez magában foglalja azt az esetet, amikor a kereskedő kezdetben kereskedőként jár el, majd fogyasztóként jelenik meg, például amikor az eladó az ügylet céljából hivatásos gépjármű-kereskedőként jelenik meg, de később természetes személyként írja alá a szerződést.

2.3. A kereskedelmi gyakorlat fogalma

2. cikk d) pont

„az üzleti vállalkozásoknak a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatai”: a kereskedő által kifejtett tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítés, illetve kereskedelmi kommunikáció – beleértve a reklámot és a marketinget is –, amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával;

A Bíróság megállapította, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének d) pontjában szereplő egyedüli kritérium az, hogy a kereskedő gyakorlatának közvetlenül kapcsolódnia kell egy termék vagy szolgáltatás fogyasztóknak történő reklámozásához, eladásához vagy szolgáltatásához ⁽¹²¹⁾.

Egy kereskedelmi gyakorlat „közvetlen kapcsolatban áll[hat]” egy termék reklámozásával, például azzal, hogy „arra vonatkozóan ad tájékoztatást, hogy a termékhez egy bizonyos időszak alatt vonzó áron lehet hozzájutni” ⁽¹²²⁾. A jelenleg rendelkezésre álló ítélkezési gyakorlat alapján nehéz megszabni azt a határt, amikor egy kereskedelmi gyakorlat már nem áll közvetlen kapcsolatban egy termék reklámozásával. Azonban, például, amikor a kereskedő reklámmüzeneteket nem tartalmazó utca-térkép árúsít, és a fogyasztó ezt a térképet használja, hogy megtalálja az utat egy adott üzlethez, értelmetlen lenne az utca-térkép árúsítását olyan kereskedelmi gyakorlatnak minősíteni, amely „közvetlen kapcsolatban áll” az adott üzlet termékeinek reklámozásával.

A Bíróság kijelentette, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá egy szakember olyan tevékenysége tartozik, amely valamely áruhoz vagy szolgáltatáshoz kapcsolódó kereskedelmi ügyletből következik, szerződés megkötését követően vagy az adott szerződés végrehajtása során ⁽¹²³⁾.

Ennek alapján a Bíróság az alábbi következtetésre jutott:

„[...] jelen kontextusban egyáltalán nincs relevanciája annak a körülménynek, hogy az érintett kereskedő cselekményére csak egyszer került sor, és az csak egyetlen fogyasztót érintett.

⁽¹¹⁹⁾ A Bíróság 2013. október 3-i ítélete, BKK Mobil Oil, C-59/12, 32. pont.

⁽¹²⁰⁾ Ugyanott, 37. pont.

⁽¹²¹⁾ Lásd többek között a C-388/13. sz. UPC ügyben hozott ítélet 35. pontját, hivatkozással.

⁽¹²²⁾ A Bíróság 2013. december 19-i ítélete, Trento Sviluppo, C-281/12, 35. pont.

⁽¹²³⁾ A Bíróság 2015. április 16-i ítélete, UPC, C-388/13, 36. pont.

Ugyanis sem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének c) és d) pontjában, 3. cikkének (1) bekezdésében, valamint 6. cikkének (1) bekezdésében foglalt meghatározások, sem pedig az irányelv egészében tekintve nem tartalmaz arra vonatkozó utalást, hogy a kereskedő tevékenységének vagy mulasztásának ismétlődő jellegének kellene lennie, vagy hogy annak több fogyasztóra kellene vonatkoznia.”

„[...] az alapügyben szóban forgóhoz hasonló, a kereskedő által a fogyasztóval való téves információközlés akkor is az említett irányelv értelmében vett „megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak” minősül, ha ez az információközlés csak egyetlen fogyasztót érintett.”⁽¹²⁴⁾

A Bíróság iránymutatást adott a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatályának korlátait illetően a kereskedelmi gyakorlat fogalmával kapcsolatban a Kirschstein ügyben. A Bíróság úgy ítélte meg, hogy különbség van egyrészt a kereskedő olyan „kereskedelmi gyakorlatai” között, amelyek szorosan kapcsolódnak a termékek reklámozásához, értékesítéséhez vagy szolgáltatásához, és így az irányelv hatálya alá tartoznak, másrészt az e gyakorlatok által hivatkozott szabályok között, amelyek magára a „termékre” vonatkoznak (például olyan szolgáltatók engedélyezése, amelyek egyetemi diplomát adhatnak ki), és amelyek ezért nem tartoznak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá.

„A fentiekből következik, hogy az annak meghatározására hivatott nemzeti szabály, hogy egy kereskedelmi ügylet tárgyát képező szolgáltatás nyújtására mely szolgáltató jogosult, anélkül hogy közvetlenül szabályozná azon gyakorlatokat, amelyeket az adott szolgáltató a szóban forgó szolgáltatás népszerűsítése vagy eladásainak növelése érdekében később alkalmazhat, nem tekinthető a 2005/29 irányelv értelmében vett, a szolgáltatás nyújtásához közvetlenül kapcsolódó kereskedelmi gyakorlatnak.”⁽¹²⁵⁾

A nyomtatott médiareklámokat illetően a Bíróság elismerte ugyan a „kereskedelmi gyakorlatok” különösen tág fogalom-meghatározását, valamint azt, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazható abban az esetben, ha valamely gazdasági szereplő kereskedelmi gyakorlatait egy másik vállalkozás révén fejt ki, az RLvS ügyben hozott ítéletében azonban úgy határozott, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és különösen az I. melléklet szerkesztői reklámokra vonatkozó 11. pontjára nem lehet hivatkozni az újságkiadókkal szemben⁽¹²⁶⁾. A Bíróság az írott sajtóra vonatkozó másodlagos uniós jogszabályok hiányára hivatkozott, és kifejtette, hogy e rendelkezésnek nem célja az újságkiadók arra való kötelezése, hogy megakadályozzák a hirdetők esetleges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatait⁽¹²⁷⁾.

A kereskedőknek akkor is óvatosnak kell lenniük, amikor **etikai és vállalati társadalmi felelősségvállalásra** vonatkozó állításokat tesznek, amelyek kiterjedhetnek a kereskedők működési módszereinek különböző aspektusaira, például a munkakörülményekre, az állatjólétre, a jótékonyági hozzájárulásokra stb. A vállalati társadalmi felelősségvállalás azt jelenti, hogy a vállalatok felelősséget vállalnak a társadalomra gyakorolt hatásukért azáltal, hogy a társadalmi, környezeti, etikai és fogyasztói megfontolásokat beépítik üzleti tevékenységükbe és alapvető stratégiájukba.

Az ilyen szempontokra vonatkozó állítások marketingeszközzé váltak, amelyet a fogyasztók azzal kapcsolatos egyre növekvő aggályainak eloszlására használnak, hogy a kereskedők betartják-e az etikai és szociális normákat. Az ilyen állítások hatással lehetnek a fogyasztó üzleti döntésére, amikor a fogyasztónak választania kell két hasonló minőségű és árú, egymással versengő termék közül. Ezért tekinthetők úgy, hogy „közvetlen kapcsolatban áll[nak] valamely termék [...] eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával”, és ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett kereskedelmi gyakorlatnak minősülnek. Az etikai/vállalati társadalmi felelősségvállalásra vonatkozó állítások és a környezeti állítások közötti jelentős hasonlóságok miatt **a környezeti állításokra alkalmazandó alapelvek az etikai és vállalati társadalmi felelősségvállalásra vonatkozó állításokra is vonatkozhatnak** (lásd a 4.1. szakaszt).

2.3.1. Értékesítés utáni gyakorlatok, beleértve az adósságbehajtási tevékenységeket

A 3. cikk (1) bekezdése értelmében kereskedelmi gyakorlatokra nemcsak a marketing és az értékesítés vagy szolgáltatás szakaszaiban kerül sor, hanem az ügylet megkötése után is (értékesítés utáni szakasz), ami a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozhat.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (13) preambulumbekkezdése ugyancsak hivatkozik „azon tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra, amelyek a kereskedő és a fogyasztó közötti bármilyen szerződéses kapcsolaton kívül, és azokra, amelyek a szerződés megkötését követően és annak teljesítése alatt merülnek fel”.

Az adósságbehajtási tevékenységeket értékesítés utáni kereskedelmi gyakorlatnak kell tekinteni, mert az adósságbehajtás közvetlen kapcsolatban áll a termékek értékesítésével vagy szolgáltatásával. Nincsen objektív oka az értékelés azon az alapon történő megkülönböztetésének, hogy a kereskedő szakosodott ügynökségeken keresztül kiszervezi-e vagy sem az adósságbehajtást.

Ez az **I. melléklet 25. pontjában** is bennfoglaltatik, amely szerint az alábbi gyakorlat minden körülmények között tisztességtelennek minősül: „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 jogoszerűnek ismer el”.

⁽¹²⁴⁾ A Bíróság 2015. április 16-i ítélete, UPC, C-388/13, 41., 42. és 60. pont.

⁽¹²⁵⁾ A Bíróság 2019. július 4-i ítélete, Kirschstein, C-393/17, 44. és 45. pont.

⁽¹²⁶⁾ A Bíróság 2013. október 17-i ítélete, RLvS, C-391/12, 44–50. pont.

⁽¹²⁷⁾ Ugyanott, 44. és 49. pont.

A Bíróság a Gelvora ügyben hozott ítéletében megerősítette, hogy az adósságbeszedéssel foglalkozó társaság és a valamely fogyasztóihitel-szerződés olyan nem teljesítő adósa közötti jogviszony, akinek tartozását e társaság javára engedményezték, valóban az irányelv tárgyi hatálya alá tartozik ⁽¹²⁸⁾.

Példa:

- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősül, ha a pénzügyi kötelezettségeit nem teljesítő ügyfelet arról tájékoztatják, hogy nevét nem fizető ügyfélként közteszik a helyi médiában ⁽¹²⁹⁾.
- Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy adósságbehajtó ellen, mert a hivatalos szervek által használthoz hasonló logót, nevet és dokumentumokat használt. A kereskedő az ügyfelekben azt a megtévesztő benyomást keltette, hogy hivatalos bírósági végzéseket hajt végre annak érdekében, hogy az ügyfeleket adósságuk megfizetésére bírja, pedig valójában ez a hatáskör az állami hatóságoknak van fenntartva ⁽¹³⁰⁾.
- Egy fogyasztóvédelmi hatóság az adósságbehajtást a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozó értékesítés utáni kereskedelmi gyakorlatnak minősítette, és megbírságolt egy adósságbehajtó ügynökséget, amiért az adós fogyasztókat megtévesztette az adósságuk azonnali rendezésének elmulasztása esetén őket sújtó hátrányos következmények mértékével és súlyával kapcsolatban. Az adósságbehajtó ügynökség továbbá elmulasztotta megfelelően tájékoztatni az ügyfeleket az adósság pontos szerződéses alapról, és megengedhetetlen pszichológiai nyomást gyakorolt rájuk ⁽¹³¹⁾.

2.3.2. A fogyasztóktól termékeket vásárló kereskedők

Előfordulhat, hogy a kereskedők szakmai tevékenységük során termékeket vásárolnak a fogyasztóktól. Erre példaként említhetjük az autókereskedőket, régiségkereskedőket és a használt árukkal foglalkozó kiskereskedőket.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben szereplő meghatározás szerint a kereskedelmi gyakorlatok körébe csupán azok a tevékenységek tartoznak, amelyek **„közvetlen kapcsolatban áll[nak] valamely terméknek a fogyasztó részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával”**. Ennek ellenkező esete, azaz amikor a kereskedők vásárolnak fogyasztóktól, nem tartozik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazási körébe. Vannak azonban olyan esetek, amikor **kapcsolat állapítható meg** a fogyasztó által a kereskedőnek eladott termék, valamint egy (másik) termék eladásösztönzése, értékesítése vagy szolgáltatása között.

A gépjármű-kereskedelemben például bevett gyakorlatnak számítanak az árbeszámítási megállapodások. A kereskedő megvásárolja a fogyasztó használt járművét, a fogyasztó pedig egy másik járművet vásárol a kereskedőtől. Ilyen esetekben a kereskedő vásárlása a fogyasztó által adott díjazás egy részének tekinthető az ügyletnek az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szembeni részét illetően. Az árbeszámítási megállapodások egyértelműen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak.

Az arany vásárlása és viszonteladása bizonyos körülmények között a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozhat. Az a kereskedő például, aki a fogyasztóknak az aranyuk megvásárlása előtt szakértő értébecslést kínál, a fogyasztók számára szolgáltatást nyújtó kereskedőnek tekinthető. Ebben az esetben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv vonatkozik rá, következésképpen a kereskedő nem adhat megtévesztő tájékoztatást az arany valós értékére vagy a nyújtott szolgáltatás árára vonatkozóan (például az „adminisztrációs díjak” elhallgatása).

Példa:

Egy, a porcelánokhoz jól értő kereskedő azt mondja a fogyasztónak, hogy egy Ming váza hamis. Amennyiben ez nem igaz, ezen állítása valószínűleg megtévesztő tevékenységnek minősül.

2.4. Ügyleti döntési teszt

2. cikk k) pont

„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.

⁽¹²⁸⁾ A Bíróság 2017. július 20-i ítélete, Gelvora, C-357/16.

⁽¹²⁹⁾ Krajcsy sud kontra Presove, 2011. október 27., 2Co/116/2011.

⁽¹³⁰⁾ PS9042 - Esattoria-Agenzia Riscossioni. Provvedimento n. 24763, 2014. január 22.

⁽¹³¹⁾ DKK – 61 – 10/07/DG/IS.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános rendelkezései (5–9. cikk) azokkal a tisztességtelen, megtévesztő és agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal foglalkoznak, amelyek alkalmasak a fogyasztók gazdasági magatartásának torzítására, és **ezzel ténylegesen vagy valószínűsíthetően olyan üzleti döntés meghozatalára készítik őket, amelyet egyébként nem hoztak volna meg.**

A 2. cikk k) pontjában szereplő megfogalmazás azt sugallja, hogy a fogalom meghatározást tágan kell értelmezni, és hogy az üzleti döntés fogalmába a fogyasztó által egy termékkel kapcsolatban hozott döntések széles köre beletartozik.

A Bíróság megállapította, hogy az „üzleti döntés” nemcsak az arra vonatkozó döntésre terjed ki, hogy megvásároljanak-e egy terméket, vagy sem, hanem **az ehhez a döntéshez közvetlenül kapcsolódó döntésre, így különösen az üzletbe való belépésre vonatkozó döntésre is:**

„Ugyanis, lévén hogy az alapügy tárgyát képező kereskedelmi gyakorlat valamely – egy bizonyos időszakban kedvezményes árú – termék hozzáférhetőségére vonatkozó információkat érint, lényeges annak meghatározása, hogy a termék esetleges megvásárlását előkészítő cselekmények, mint a fogyasztó üzletbe való odautazása vagy az üzletbe való belépése, tekinthetők-e az említett irányelv értelmében vett üzleti döntéseknek.

[...] üzleti döntés a fogyasztó által arra vonatkozóan hozott minden döntés, hogy vásároljon-e, és ha vásárol, akkor hogyan és milyen feltételek mellett. E fogalom tehát nem csupán az arra vonatkozó döntést foglalja magában, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.

[...] Ezen irányelv 2. cikkének k) pontját akként kell értelmezni, hogy az »üzleti döntés« fogalma alá tartozik minden arra vonatkozó döntéshez közvetlenül kapcsolódó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e egy terméket, vagy sem.”⁽¹³²⁾

Ebben az értelemben **az üzleti döntés fogalma magában foglalja a vásárlást megelőző és a vásárlást követő döntéseket is.**

A vásárlás mellett vagy ellen szóló döntésen túl a fogyasztó az üzleti döntések széles körét hozhatja meg egy termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban.

Ezek az üzleti döntések olyan cselekvéseket eredményezhetnek, amelyek a nemzeti szerződési jog alapján nem járnak jogi következményekkel, és azokat a fogyasztó bármikor meghozhatja attól kezdve, hogy először találkozott a reklámmal, egészen a termék életciklusának végéig vagy a szolgáltatás utolsó felhasználásáig.

Számos **vásárlást megelőző döntés** üzleti döntésnek tekinthető.

Példa:

- Annak eldöntése, hogy a kereskedelmi ajánlat hatására elmegy egy outletbe vagy boltba.
- Annak eldöntése, hogy meghallgatja a kereskedő által tartott termékbemutatót.
- Annak eldöntése, hogy a kereskedelmi ajánlat hatására az interneten megrendel valamit.

Egy termék megvásárlása vagy egy szolgáltatás előfizetése után hozott számos **vásárlás utáni döntés** üzleti döntésnek minősülhet.

Példa:

- Annak eldöntése, hogy visszalép egy szolgáltatási szerződéstől vagy felmondja azt.
- Annak eldöntése, hogy szolgáltatót vált.

Ezenkívül az egyik fogyasztóra irányuló tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat **egy másik fogyasztó által hozott olyan üzleti döntéshez** vezethet, amelyet ez utóbbi egyébként nem hozott volna meg.

Példa:

Megtévesztő tevékenységnek vagy mulasztásnak minősülhet az online felhasználói véleményeket kínáló kereskedő kereskedelmi gyakorlata, ha kiszűri a negatív véleményeket, még akkor is, ha a vonatkozó üzleti döntés a negatív véleményének eltávolítására vagy közzétételének mellőzésére kényszerített fogyasztótól eltérő fogyasztó által meghozott döntéshez kapcsolódik. Ilyen helyzetben a kereskedő általi hamis vagy megtévesztő általános benyomás keltése a véleményeket közlő oldal jellegéről vagy működéséről a véleményeket olvasó átlagfogyasztót arra ösztönözheti, hogy kapcsolatba lépjen egy ott felsorolt kereskedővel (és később szerződést kössön vele), amelyre vonatkozó döntését nem hozta volna meg, ha tudta volna, hogy visszatartották a róla szóló negatív véleményeket.

⁽¹³²⁾ A Bíróság 2013. december 19-i ítélete, Trento Sviluppo srl és Centrale Adriatica Soc. coop. Arl kontra Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, C-281/122013, 35., 36. és 38. pont.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános rendelkezései (5–9. cikk) azokkal a tisztességtelen, megtévesztő és agresszív kereskedelmi gyakorlatokkal foglalkoznak, amelyek alkalmasak a **fogyasztók gazdasági magatartásának torzítására**. Ezek a rendelkezések némileg eltérő megfogalmazást használnak e követelmények leírásakor.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat akkor tisztességtelen, ha ellentétes a szakmai gondosság által támasztott követelményekkel, és **„jelentősen torzíthatja vagy torzíthatja”** az átlagfogyasztó gazdasági magatartását. Azonban a 6., 7. és 8. cikk tiltja a megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatot, ha az ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készteti az átlagfogyasztót, **„hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg”**.

Az 5. cikk (2) bekezdése a 6., 7. és 8. cikktől eltérően fogalmazza meg azt a követelményt, miszerint ahhoz, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen legyen, képesnek kell lennie arra, hogy torzítsa a fogyasztó gazdasági magatartását. Első ránézésre ez a nyilvánvaló ellentmondás problémát okozhat az értelmezésben. Azonban az 5. cikk (2) bekezdését a 2. cikk e) pontjával együtt kell olvasni, ami a következőt mondja:

2. cikk e) pont

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

Következésképpen az 5. cikk (2) pontja alapján az dönti el, hogy egy kereskedelmi gyakorlat **„jelentősen torzíthatja vagy torzíthatja”** a fogyasztó gazdasági magatartását, hogy a kereskedelmi gyakorlat ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készteti-e a fogyasztót, hogy **„olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg”**.

Ez ugyanaz a vizsgálat, amelyet a 6., 7. és 8. cikk alapján is el kell végezni. Ebből következik, hogy az 5. cikk (2) bekezdésének megfogalmazása eltér a későbbi cikkek megfogalmazásától, azonban a fogyasztó magatartásának jelentős torzítására vonatkozó követelmény azonos.

Az **üzleti döntés** Bíróság által megállapított tág fogalma⁽¹³³⁾ lehetővé teszi, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv különféle olyan esetekre vonatkozzon, amelyekben a kereskedő tisztességtelen magatartása nem korlátozódik arra, hogy **a fogyasztót értékesítési vagy szolgáltatási szerződés megkötésére készítse**.

Egy kereskedelmi gyakorlat nemcsak akkor tekinthető tisztességtelennek, ha annak következtében az átlagfogyasztó megvásárolja, illetve nem vásárolja meg a terméket, hanem akkor is, ha annak következtében a fogyasztó például:

- belép az üzletbe,
- **több időt tölt** az interneten egy foglalás lebonyolításával,
- úgy dönt, hogy **nem tér át** egy másik kereskedőhöz vagy egy másik termékre,
- egy online **linkre vagy hirdetésre** kattint,
- folytatja a szolgáltatás használatát böngészéssel vagy görgetéssel.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem írja elő annak bizonyítását, hogy a fogyasztó gazdasági magatartása (azaz üzleti döntése) ténylegesen torzult-e. Lehetővé teszi annak értékelését, hogy **a kereskedelmi gyakorlat valószínűsíthetően** ilyen hatást gyakorol-e az átlagfogyasztóra (azaz képes-e rá). A nemzeti végrehajtó hatóságoknak ezért ki kell vizsgálniuk minden egyes eset (*in concreto*) tényeit és körülményeit, de azt is értékelniük kell, hogy a gyakorlat milyen **„valószínűsíthető”** hatást gyakorol az átlagfogyasztó üzleti döntésére (*in abstracto*).

Példa:

Egy kereskedelmi hirdetés azt állította, hogy egy új gépjárműmodell a „világ legbiztonságosabb autója”. Annak eldöntése során, hogy az állítás befolyásolt-e valamely fogyasztót abban, hogy megalapozott üzleti döntést hozzon, egy nemzeti bíróság azt állapította meg, hogy ahhoz, hogy üzleti döntésnek minősüljön, elegendő volt az, hogy a **hirdetés valószínűleg felkeltette az átlagfogyasztók érdeklődését, és a fogyasztót arra készítette, hogy döntést hozzon további lépés megtételére** (például látogasson el az üzletbe vagy a honlapra, hogy további információkat szerezzen a termékről⁽¹³⁴⁾).

⁽¹³³⁾ Lásd többek között a korábban említett C-281/12. sz. Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica ügyet.

⁽¹³⁴⁾ MD 2010:8, Marknadsdomstolen, Toyota Sweden AB kontra Volvo Personbilar Sverige Aktiebolag, 2010. március 12.

2.5. Átlagfogyasztó

(18) preambulumbekzdés

Helyénvaló minden fogyasztó védelme a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben; ugyanakkor a 84/450/EGK irányelv elfogadása óta a Bíróság szükségesnek tartotta a reklámra vonatkozó ítélkezési gyakorlatában a feltételezett, tipikus fogyasztóra gyakorolt hatás megvizsgálását. **Az arányosság elvével összhangban** és az abban foglalt védelem hatékony alkalmazása érdekében **ez az irányelv azt az átlagfogyasztót veszi viszonyítási alapul, aki a Bíróság értelmezése szerint megfelelően tájékozott, figyelmes és körültekintő, figyelembe véve a társadalmi, kulturális és nyelvi tényezőket is**, ugyanakkor ez az irányelv rendelkezik azon fogyasztók kihasználásának megakadályozásáról is, akik tulajdonságaik alapján különösen kiszolgáltatottak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatoknak. Amennyiben egy kereskedelmi gyakorlat célzottan egy bizonyos fogyasztói csoportra – például a gyermekekre – irányul, kívánatos, hogy a csoport átlagtagja szempontjából megvizsgálják a kereskedelmi gyakorlat hatását... **Az átlagfogyasztókra vonatkozó vizsgálat nem statisztikai alapú vizsgálat. A nemzeti bíróságok és hatóságok – az Európai Bíróság esetjogának figyelembevételével – saját mérlegelési jogkörükben határozzák meg az átlagfogyasztó adott esetben tanúsított jellegzetes viselkedését.**

Amint az a (18) preambulumbekzdésben szerepel, illetve **az 5–9. cikkben** részletesebben **kifejtésre került**, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv által **a kereskedelmi gyakorlat hatásának értékeléséhez használt viszonyítási pont** az „átlagfogyasztó” fogalma, ahogyan azt a Bíróság korábban kifejtette:

„[...] annak megállapításához, hogy egy adott leírás, védjegy vagy promóciós leírás vagy nyilatkozat megtévesztő-e, figyelembe kell venni **a megfelelően tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő átlagfogyasztó feltételezett elvárásait.**”⁽¹³⁵⁾

A fogalmat valójában a Bíróság dolgozta ki még a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv előtt. A fogalmat ezután a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egységesítette, hogy közös kritériumokat biztosítson a nemzeti hatóságok és bíróságok számára a jogbiztonság megerősítése, valamint az eltérő értékelések lehetőségének csökkentése érdekében.

A Bíróság ítélkezési gyakorlatában szereplő átlagfogyasztó észszerűen **kritikus, piaci magatartásában tudatos és körültekintő személy.**

Példa:

A „megfelelően körültekintő fogyasztó” nem fogja elhinni, hogy a csomagoláson szereplő reklámjelzés mérete azt jelenti, hogy a szóban forgó promóciós termék méretét ugyanilyen mértékben növelték⁽¹³⁶⁾. Az átlagfogyasztó rendszerint nem fog semmilyen gyógyító hatást tulajdonítani a „bőrgyógyászatiilag tesztelt” jelzéssel ellátott termékeknek, mivel azoknak semmiféle ilyen hatásuk nincs⁽¹³⁷⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti átlagfogyasztó semmi esetre sem olyasvalaki, akinek alacsony szintű védelemre van szüksége, hiszen mindig képes megszerezni a rendelkezésre álló információkat és azok alapján bölcsen cselekedni. Épp ellenkezőleg, ahogy azt a (18) preambulumbekzdés hangsúlyozza, **a vizsgálat az arányosság elvén alapul.** A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv azért fogadta el e fogalmat, hogy megfelelő egyensúlyt találjon a fogyasztók védelmének szükségessége, valamint a szabadkereskedelem nyitott versenyképes piacon történő előmozdítása között.

Ezért az átlagfogyasztónak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti fogalmát mindig **a Szerződés 114. cikkét** szem előtt tartva kell értelmezni, **amely magas szintű fogyasztóvédelemről rendelkezik.**

Ugyanakkor a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv azon az elgondoláson alapul, hogy aránytalan lenne, és indokolatlanul akadályozná a kereskedelmet, ha nemzeti intézkedés tiltaná az olyan állításokat (például „ömlengés” [puffery]⁽¹³⁸⁾), amelyek csupán **a nagyon hiszékeny, naiv vagy felületes fogyasztókat vezetik félre.**

Ahogy azt a 18. preambulumbekzdés kifejezetten megemlíti, az átlagfogyasztó vizsgálata nem statisztikai vizsgálat. Ez azt jelenti, hogy **a nemzeti hatóságoknak és bíróságoknak saját ítéletük alapján** – a fogyasztó általános feltételezhető

⁽¹³⁵⁾ A Bíróság 1998. július 16-i ítélete, Gut Springenheide és Tusky, C-210/96, 31. pont.

⁽¹³⁶⁾ A Bíróság 1995. július 6-i ítélete, Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V. kontra Mars GmbH, C-470/93, 24. pont.

⁽¹³⁷⁾ A Bíróság 2002. október 24-i ítélete, Gottfried Linhart és Hans Biffel elleni büntetőeljárás, C-99/01, 35. pont.

⁽¹³⁸⁾ Az „ömlengés” olyan szubjektív vagy túlzott állítás egy adott termék minőségéről, amelyet nem kell szó szerint venni. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikke (3) bekezdésének utolsó mondata ilyen gyakorlatra utal.

elvárásainak figyelembevételével, és anélkül, hogy szakértői jelentést vagy fogyasztói közvélemény-kutatást kellene megrendelni – **képesnek kell lenniük annak meghatározására, hogy egy gyakorlat megtévesztheti-e az átlagfogyasztót** ⁽¹³⁹⁾.

Példa:

- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy a csökkent látási képességekkel rendelkező személyek is átlagfogyasztónak tekinthetők, és az információk nagyon apró betűkkel történő nyomtatása megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet ⁽¹⁴⁰⁾. Egy másik végrehajtó hatóság hasonló határozatot hozott ⁽¹⁴¹⁾.
- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy az észszerűen eljáró fogyasztó nem gyanakszik, és hajlamos bízni abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. Az észszerűen eljáró fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet valóságnak megfelelő, teljes tartalmát megismerje, kivéve, ha erre az üzenet küldője nyomtatékkal felhívja, vagy a szöveg tartalmából e kötelességre erős utalás van ⁽¹⁴²⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikke (2) bekezdésének b) pontja tovább pontosítja az átlagfogyasztóra vonatkozó vizsgálatot, amikor **bizonyos fogyasztói csoportok** érdekei forognak kockán. Amikor egy gyakorlattal **egy adott fogyasztói csoportot céloznak meg, az adott csoport átlagos tagjának** szemszögéből kell megvizsgálni a kereskedelmi gyakorlat hatását. Ez lehet a helyzet például akkor, ha egy kereskedelmi gyakorlat olyan egyedi termékre vonatkozik, amelyet értékesítési csatornákon keresztül népszerűsítene annak érdekében, hogy az értékesítés a címzettek egy meghatározott és korlátozott csoportjára, például egy adott szakmára összpontosuljon. Ebben az esetben az adott csoport átlagtagja olyan konkrétabb ismeretekkel vagy jellemzőkkel rendelkezhet, amelyekkel az átlagfogyasztó nem feltétlenül rendelkezne, ami közvetlen hatással van a kereskedelmi gyakorlat hatásainak értékelésére. Tekintettel az átlagfogyasztó általános kategóriájától való eltérésre, a „fogyasztók adott csoportjának” kellően azonosíthatónak, korlátozott körűnek és homogénnek kell lennie. Ha egy adott csoport nem azonosítható, az értékelésnek az általános átlagfogyasztói referenciaértékre kell összpontosítania.

Példa:

Egy megtévesztő pelenkareklám esetében, amely kapcsolatot feltételezett az allergia és a kereskedő pelenkái között, egy nemzeti bíróság az átlagfogyasztót azokkal a kisgyermekes szülőkkel azonosította, akik nem rendelkeznek speciális ismeretekkel az allergiára vonatkozóan ⁽¹⁴³⁾.

Az is lehetséges, hogy ugyanaz a kereskedelmi gyakorlat érint különböző fogyasztói csoportokat. Lehet például, hogy van egy átlagfogyasztó, akihez a gyakorlat eljut, vagy akinek azt címezték (az 5. cikk (1) bekezdésének b) pontja), ugyanakkor a gyakorlat a kiszolgáltatót fogyasztók egy csoportját is megcélozhatja. Az értékelés során általában figyelembe kell venni a gyakorlatban ténylegesen elért fogyasztókat, függetlenül attól, hogy a kereskedő által elérni kívánt fogyasztókról van-e szó.

Kereskedelmi üzeneteik megtervezésekor előfordulhat, hogy a kereskedőknek időnként és a szóban forgó termék speciális jellege függvényében figyelembe kell venniük a termékeik által megcélzott átlagfogyasztókra jellemző bizonyos **társadalmi, nyelvi és kulturális tényezőket**. Egyes esetekben az ilyen **társadalmi, nyelvi és kulturális tényezők, amelyek adott tagállamra is jellemzők lehetnek**, ezért azt is indokolhatják, hogy az illetékes végrehajtó hatóság vagy bíróság másként értelmezi a kereskedelmi gyakorlatban közvetített üzenetet. Egy megtévesztő kozmetikai reklámmal kapcsolatos ügyben a bíróság megállapította, hogy:

„A vizsgálat ezen esetre történő alkalmazása érdekében számos megfontolást szem előtt kell tartani. Különösen meg kell határozni, hogy a **társadalmi, kulturális vagy nyelvi tényezők** indokolhatják-e a „lifting” kifejezés alkalmazását egy bőrfeszítő krémmel összefüggésben, ami **mást jelenthet a német [átlag]fogyasztó számára, mint más tagállamok fogyasztói számára**, vagy hogy a termék használatára vonatkozó utasítások önmagukban elegendőek-e ahhoz, hogy kellően egyértelművé tegyék, hogy hatásai rövid-életűek, tehát semlegesítik a »lifting« kifejezésből levonható valamennyi ezzel ellentétes következtetést.” ⁽¹⁴⁴⁾

Továbbá a Bíróság leszögezte, hogy:

„egy védjegy megtévesztő jellege miatt a reklámozás tiltását elvileg nem zárja ki az, hogy ugyanazon védjegy más tagállamokban nem minősül megtévesztőnek. [...] a **tagállamok közötti nyelvi, kulturális és társadalmi különbségek miatt az egyik tagállamban valószínűleg nem megtévesztő védjegy egy másik tagállamban megtévesztő lehet.**” ⁽¹⁴⁵⁾

⁽¹³⁹⁾ A Bíróság 1998. július 16-i ítélete, Gut Springenheide és Tusky kontra Oberkreisdirektor Steinfurt, C-210/96, 31., 32., 36. és 37. pont. Lásd továbbá Fennelly főtanácsnok C-220/98. sz. Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co ORG kontra Lancaster Group GmbH ügyben megfogalmazott véleményének 28. pontját.

⁽¹⁴⁰⁾ 4 U 141/11.

⁽¹⁴¹⁾ P/0359/07/2010.

⁽¹⁴²⁾ Fővárosi Ítéltábla, Magyar Telekom Nyrt. és társai, ügyszám: 2.Kf.27.171/2012/4.

⁽¹⁴³⁾ A Marknadsdomstolen 2012. július 4-i határozata.

⁽¹⁴⁴⁾ A Bíróság ítélete, Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. OHG kontra Lancaster Group, C-220/98, EBHT 2000., I-00117, 29. pont.

⁽¹⁴⁵⁾ A Bíróság ítélete, F.lli Graffione SNC kontra Ditta Fransa, C-313/94, EBHT 1996., I-06039, 22. pont.

Így tehát, az átlagfogyasztó vizsgálata alapján, valamint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv teljes harmonizációt célzó jellege ellenére, társadalmi, kulturális és nyelvi tényezők alapján elméletileg indokolt lehet előírni, hogy a külföldi kereskedő további tájékoztatást biztosítson. Arról van tehát szó, hogy egy ilyen információ kihagyása megtevesztheti a célország fogyasztóit, a termék származási helye szerinti ország fogyasztóit viszont nem.

2.6. Kiszolgáltatót fogyasztók

5. cikk (3) bekezdés – A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma

(3) Azon kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek valószínűsíthetően csak a fogyasztóknak egy, e kereskedelmi gyakorlattal vagy az annak alapjául szolgáló termékkel szemben **szellemi vagy fizikai fogyatékoságuk, koruk vagy hiszékenyséjük miatt különösen kiszolgáltatott**, egyértelműen azonosítható csoportjának gazdasági magatartását torzítják jelentősen – és oly módon, hogy azt a kereskedőnek észszerűen előre kellene látnia –, **az adott csoport átlagtagja szempontjából kell értékelni**. Ez nem érinti azokat a megszokott és jogszerű reklámtevékenységeket, amelyek túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentéseket alkalmaznak.

(19) preambulumbekkezdés

Amennyiben **bizonyos tulajdonságok – mint a kor, fizikai vagy szellemi fogyatékoság vagy hiszékenység – a fogyasztókat különösen kiszolgáltatottá teszik valamely kereskedelmi gyakorlattal** vagy az annak alapjául szolgáló termékkel szemben, és valószínűsíthetően a gyakorlat csak e fogyasztók gazdasági magatartását torzítja a kereskedő által észszerűen előre látható módon, helyénvaló őket megfelelő védelemben részesíteni **a gyakorlatnak az adott csoport átlagtagja szempontjából történő vizsgálata révén**.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv azon az elgondoláson alapul, hogy miközben helyénvaló védeni a fogyasztók valamennyi típusát a megtévesztő kereskedelmi gyakorlatokkal szemben, az 5 cikk (3) bekezdésében felsorolt csoportok valamelyikéhez tartozó fogyasztók számára **nagyobb fokú védelmet** kell biztosítani, mint az 5. cikk (2) bekezdésében hivatkozott „átlagfogyasztó” számára.

A (19) preambulumbekkezdés tovább tisztázza az 5. cikk (3) bekezdésének értelmezését: míg az 5. cikk (3) bekezdése látszólag kizárólag „szellemi vagy fizikai fogyatékoságuk, koruk vagy hiszékenységük” miatt minősíti kiszolgáltatottnak a fogyasztókat, a (19) preambulumbekkezdés nem teljeskörűen felsorolja azokat a jellemzőket, amelyek a fogyasztót „különösen kiszolgáltatottá teszik”.

A sebezhetőség fogalma nem korlátozódik az 5. cikk (3) bekezdésében felsorolt jellemzőkre, mivel a kontextusfüggő kiszolgáltatottságra is kiterjed. A kiszolgáltatottság többdimenziós formái⁽¹⁴⁶⁾ különösen súlyosak a digitális környezetben, amelyet egyre inkább a szociodemográfiai jellemzőkre, valamint a személyes vagy pszichológiai jellemzőkre – például érdeklődési körre, preferenciákra, pszichológiai profilra és hangulatra – vonatkozó adatgyűjtés jellemmez. **A digitális környezetben a kiszolgáltatottság** fogalmát a 4.2.7. szakasz tárgyalja részletesebben.

Példa:

Egy hitelintézet jelentős információkkal kapcsolatos mulasztását érintő ügyben egy végrehajtási hatóság álláspontja az volt, hogy azok a fogyasztók, akiket a hitelintézetek gyenge fizetőképességük miatt kirekesztettek, különösen kiszolgáltatottak bizonyos ajánlatokkal szemben⁽¹⁴⁷⁾.

A (fizikai vagy szellemi) fogyatékoság magában foglalja az érzékszervek csökkent működését, a mozgáskorlátozottságot, valamint egyéb fogyatékoságokat.

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság különösen súlyos esetnek minősítette azokat a reklámokat, amelyek megtévesztően úgy állítottak be egyes termékeket, hogy azok képesek gyógyítani súlyos betegségeket, mivel azok a kiszolgáltatott fogyasztókat, például a súlyos betegségben szenvedőket olyan üzleti döntés meghozatalára készíthetik, amelyet egyébként nem hoztak volna meg⁽¹⁴⁸⁾.

⁽¹⁴⁶⁾ Európai Bizottság, Study on consumer vulnerability in key markets across the European Union (Tanulmány a fogyasztók sebezhetőségéről az Európai Unió kulcsfontosságú piacain) (EACH/2013/CP/08), http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm A tanulmány a „kiszolgáltatott fogyasztót” a következőképpen definiálja: olyan fogyasztó, akinek az esetében szociodemográfiai jellemzők, viselkedési jellemzők, személyes helyzet vagy piaci környezet eredményeképp: nagyobb a kockázata annak, hogy a piacon negatív tapasztalatok érik; korlátozottan képes jólétét maximalizálni; nehézséget jelent számára az információk megszerzése vagy feldolgozása; kevésbé képes megfelelő termékeket vásárolni, választani vagy azokhoz hozzájutni; vagy kiszolgáltatottabb bizonyos marketing gyakorlatokkal szemben.

⁽¹⁴⁷⁾ A Gazdasági Versenyhivatal Vj-5/2011/73 határozata, 2011. november 10.

⁽¹⁴⁸⁾ PS6980 - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Az **életkort** illetően célszerű lehet egy kereskedelmi gyakorlatot különböző életkorú fogyasztók szemszögéből megvizsgálni.

Az **idősebb fogyasztók** a koruk miatt kiszolgáltatottabbak lehetnek bizonyos kereskedelmi gyakorlatokkal szemben. Lehet, hogy az agresszív, házaló kereskedési módszerek nem befolyásolják az átlagfogyasztót, de valószínűleg megfélemlítik a fogyasztók adott csoportját, különösen az idősebbeket, akik kiszolgáltatottabbak lehetnek az erőszakos eladási módszerekkel szemben.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (3) bekezdésén túl a **gyermek**ek sajátos védelmet élveznek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **I. mellékletének 28. pontjában foglalt, közvetlenül a gyermekeknek szóló felhívások tilalmának** köszönhetően. A 3.7. szakasz tárgyalja részletesebben ezt a tilalmat, amely magában foglalja azt is, hogy nem gyakorolható nyomás a gyermekekre annak érdekében, hogy közvetlenül megvásároljon egy terméket vagy rábírron egy felnőttet („nyaggyatással”) arra, hogy megvásároljon számára egy terméket.

A gyermekek azon képessége, hogy megértsék az online és offline reklámokat, gyermekként nagymértékben változó, és függ a gyermek életkorától és érettségétől⁽¹⁴⁹⁾. Bizonyos mértékig ez számításba vehető a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében, mivel az 5. cikk (3) bekezdése lehetővé teszi egy kereskedelmi gyakorlat egy meghatározott korcsoport átlagtagjának szempontjából való értékelését.

A szélhámos kereskedők gyakori céltábláját képező másik fogyasztói kategóriát a **tinédzserek** alkotják. A tinédzsereknek különösen tetsző termékek reklámozása kihasználhatja éretlenségükből és hiszékenysükből fakadó figyelmetlenségüket vagy meggondolatlanságukat, valamint kockázatvállalási hajlandóságukat.

A **„hiszékenység”** fogalma azokat a fogyasztói csoportokat érinti, amelyek hajlamosabbak lehetnek arra, hogy az adott kijelentéseket elhiggyék. A fogalom semleges és körülményektől függő, tehát az a célja, hogy megvédje azon csoport tagjait, akik bármilyen oknál fogva egyes kereskedelmi gyakorlatok által befolyásolhatóbbak. Bármely fogyasztó e csoport tagjának minősülhet.

A fogyasztók kiszolgáltatottságáról szóló, 2016. évi bizottsági tanulmány megállapította, hogy a hiszékenységi teszten elbukó embereknek másokhoz képest nagyobb valószínűséggel okoz problémát az ajánlatok közötti választás. Továbbá azok, akik magukat hiszékenynek tartják, kevésbé valószínű, hogy reklamálnak, ha problémákkal szembesülnek, és fogyasztóként nagyobb valószínűséggel érzik magukat kiszolgáltatottnak.

A „kiszolgáltatott fogyasztók” kritériuma akkor alkalmazandó, ha a kereskedelmi gyakorlat egy különösen kiszolgáltatott fogyasztói csoport gazdasági magatartását befolyásolja **„oly módon, hogy azt a kereskedőnek észszerűen előre kell látnia”**. Ez a kritérium az **arányosság** elemével egészíti ki a kereskedelmi gyakorlatok kiszolgáltatott fogyasztókkal kapcsolatos vizsgálatát.

Célja az, hogy csak akkor hárítsa a kereskedőkre a felelősséget, ha észszerűen feltételezhető, hogy a kereskedő előre látta, hogy a kereskedelmi gyakorlat negatív hatással lesz a kiszolgáltatott fogyasztókra.

Ez azt jelenti, hogy a kereskedőknek nem kell többet tenniük annál, mint ami észszerűen elvárható: mind annak megfontolásakor, hogy a gyakorlat tisztességtelen hatást gyakorolna-e egy egyértelműen azonosítható fogyasztói csoportra, mind az e hatás mérséklésére hozott lépések tekintetében.

Következésképpen, egy kereskedelmi gyakorlat valószínűleg nem minősülne megtévesztőnek, ha túlzott hiszékenységük és tudatlanságuk miatt egyes fogyasztókat még a legösszetettebb kereskedelmi gyakorlat is megtéveszti, illetve arra is irracionálisan reagálnak.

Példa:

Létezhetnek olyan fogyasztók, akik elhiszik, hogy a „bolognai spagetti” tényleg Bolognában készül. A kereskedők azonban nem vonhatók felelősségre kereskedelmi gyakorlatuk bizonyos fogyasztók általi minden lehetséges értelmezéséért vagy a fogyasztók arra való reagálásáért.

2.7. 5. cikk – Szakmai gondosság

5. cikk – A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma⁽¹⁵⁰⁾

(1) Tilos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat alkalmazni.

(2) A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen, amennyiben:

a) ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel; és

b) a termékkel kapcsolatban jelentősen torzíja 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.

⁽¹⁴⁹⁾ Európai Bizottság, Study on the impact of marketing through social media, online games and mobile applications on children's behaviour (Tanulmány a marketing által a közösségi médián, online játékokon és mobilalkalmazásokon keresztül a gyermekek viselkedésére gyakorolt hatásról) (EACH/FWC/2013 85 08), https://ec.europa.eu/info/publications/study-impact-marketing-through-social-media-online-games-and-mobile-applications-childrens-behaviour_en

⁽¹⁵⁰⁾ A 2005/29/EK irányelv 6., 7. és 8. cikke hasonlóképpen az átlagfogyasztó fogalmára utal.

2. cikk h) pont

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

Az 5. cikk (2) bekezdése **két halmozott feltételt** meghatározó általános kikötést fogalmaz meg arra vonatkozóan, hogy a kereskedelmi gyakorlatokat tisztességtelennek kell-e tekinteni. Ez „biztonsági hálóként” működik annak érdekében, hogy minden, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egyéb rendelkezései által nem lefedett tisztességtelen gyakorlat (vagyis amelyik se nem megtévesztő, se nem agresszív, vagy nincs az I. mellékletben felsorolva) szankcionálható legyen. A rendelkezés emellett időtálló, mert lehetőséget biztosít a később kialakuló tisztességtelen gyakorlatok kezelésére.

Az 5. cikk (2) bekezdése tiltja azokat a kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek **ellentétesek a szakmai gondosság által támasztott követelményekkel**, ha azok **jelentősen torzíthatják** az átlagfogyasztó gazdasági magatartását.

Ez **önálló feltétel** – nem pedig további halmazati vizsgálat –, amelynek teljesülése esetén a gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6–9. cikkében, illetve I. mellékletében foglalt tisztességtelen gyakorlatok valamely konkrét kategóriájába tartozik. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv folyamatábrája ezt szemlélteti.

Ezt a Bíróság megerősítette:

„45. [...] tekintettel az irányelv 5. cikkének és 6. cikke (1) bekezdésének megfogalmazására és felépítésére, valamint általános jellegére, egy kereskedelmi gyakorlatot „megtévesztőnek” kell minősíteni e rendelkezések közül a második értelmében, ha az ott meghatározott kritérium teljesül, és nem szükséges annak megállapítása, hogy az adott gyakorlatra teljesül-e az 5. cikk (2) bekezdésének a) pontjában lefektetett feltétel is, vagyis, hogy ellentétes-e a szakmai gondosság követelményeivel.

46. A fenti értelmezés az egyetlen, amely képes megőrizni a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6–9. cikkeiben lefektetett konkrét szabályok hatékonyságát. Valójában ha ezeknek a cikkeknél az alkalmazására vonatkozó feltételek azonosak volnának az irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében lefektetett feltételekkel, e rendelkezéseknek nem volna gyakorlati jelentőségük, még annak ellenére sem, ha azok szándéka a fogyasztó megvédése a leggyakoribb tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben [...]”⁽¹⁵¹⁾

A „szakmai gondosság” fogalma felöleli a tagállamok törvényeiben már a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv elfogadása előtt jól meghatározott elveket, például a „becsületes piaci gyakorlat”, a „jóhiszeműség” és a „jó piaci gyakorlat” elvét. Ezek az elvek hangsúlyozzák azokat a normatív **értékeket, amelyek az üzleti tevékenység speciális területére vonatkoznak**. Idetartozhatnak a nemzeti és nemzetközi szabványokból és magatartási kódexekből származó elvek is (lásd még a magatartási kódexeknek való meg nem felelésről szóló 2.8.4. szakaszt).

Példa:

- Egy végrehajtási hatóság eljárást indított egy műholdas televíziós szolgáltatást kínáló kereskedő ellen arra való hivatkozással, hogy nem szakmai gondossággal járt el. Noha a szerződések határozott időre jöttek létre, ha a fogyasztó nem intézkedett a szerződés lejáratkori megújítása ellen, a kereskedő automatikusan megújítottnak tekintette a szerződést⁽¹⁵²⁾.
- Egy nemzeti bíróság megállapította – egy végrehajtó hatóság által indított keresetben –, hogy az az adósságbehajtó ügynökség, amely nyomást gyakorolt a fogyasztókra, hogy fizessék ki a jogilag érvénytelen megállapodásokból fakadó számlákat, és megtagadta kérdéseik megválaszolását, megsértette a szakmai gondosság elvét. A fogyasztóknak joguk van tudni, hogy az adósságbehajtó ügynökség milyen számlákat hajt be, és hogy a követelés jogos-e vagy sem. A hatóság a szakmai gondosság követelményeinek értelmezését az adósságbehajtó ügynökségek szövetségének magatartási kódexére alapozta, és egy nemzeti bíróság megerősítette ezt az értelmezést. Azt is kimondta, hogy ez a magatartási kódex még a szövetségben tagsággal nem rendelkező társaságok esetében is referenciaként szolgálhat annak meghatározásához, hogy mi minősül szakmai magatartásnak⁽¹⁵³⁾.

Az 5. cikk (2) bekezdésének b) pontjából következően ahhoz, hogy egy kereskedelmi gyakorlatot a szakmai gondosság által támasztott követelményekkel ellentétesnek találjanak, a kereskedelmi gyakorlatot olyan gyakorlatnak is kell minősíteni, amely **„jelentősen torzíthatja a fogyasztó gazdasági magatartását”**. Ezt a fogalmat a fenti 2.4. szakasz tárgyalja.

⁽¹⁵¹⁾ A C-435/11. sz. CHS Tour Services GmbH kontra Team4 Travel GmbH ügyben 2013. szeptember 19-én hozott ítélet, amelyet megerősített a C-388/13 sz. UPC ügyben 2015. április 16-án hozott ítélet 61–63. pontja.

⁽¹⁵²⁾ DKK 6/2014. sz. határozat.

⁽¹⁵³⁾ ECLI:NL:RBROT:2019:226, 2019. január 17.

Példa:

Egy végrehajtó hatóság eljárást indított egy adósságbehajtó ellen. A hatóság megállapította, hogy a kereskedő megengedhetetlen nyomást és ismételt agresszív gyakorlatot alkalmazott a fogyasztók ellen, ez a magatartás ellentétes volt a szakmai gondosság követelményeivel, és sértette az átlagfogyasztó szabad választáshoz való jogát, ezzel olyan üzleti döntés meghozatalára késztetve őt, amelyet egyébként nem hozott volna meg ⁽¹⁵⁴⁾.

2.8. 6. cikk – Megtévesztő tevékenységek**6. cikk — Megtévesztő tevékenységek**

(1) 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 készteti a fogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg:

- a) a termék létezése vagy természete;
 - b) a termék lényeges tulajdonságai, úgymint a hozzáférhetőség, az előnyök, a kockázatok, a kivitelezés, az összetétel, a tartozékok, az ügyfélszolgálat és a panaszkezelés, a gyártás vagy szolgáltatás módszere és időpontja, a szállítás, az adott célra való alkalmasság, a használat, a mennyiség, a leírás, a földrajzi vagy kereskedelmi eredet vagy a használatból várható eredmények, illetve a terméken végrehajtott vizsgálat vagy ellenőrzés eredménye és főbb jellemzői;
 - c) a kereskedő kötelezettségvállalásainak mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai és az értékesítési folyamat természete, közvetlen vagy közvetett szponzorálásra, illetve a kereskedő vagy a termék jóváhagyására vonatkozó bármely kijelentés vagy jelzés;
 - d) az ár vagy az ár kiszámításának módja, vagy különleges árkedvezmény megléte;
 - e) valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége;
 - f) a kereskedő vagy képviselőjének személye, sajátosságai és jogai, úgymint személyazonossága és vagyona, képesítései, jogállása, engedélye, társulása vagy kapcsolata, illetve ipari, kereskedelmi vagy szellemi tulajdonjogai, valamint díjai és kitüntetései;
 - g) a fogyasztó jogai, beleértve a fogyasztási cikkek adásvételének és a kapcsolódó jótállásnak egyes vonatkozásairól szóló, 1999. május 25-i 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽¹⁾ szerinti csere vagy visszatérítés jogát, vagy azon kockázatok, amelyekkel szembesülhet.
- (2) Megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat akkor is, ha az tényszerű összefüggésében, sajátosságaira és körülményeire figyelemmel, az átlagfogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, és amely magában foglalja a következőket:

- a) a termék marketingje, ideértve az összehasonlító reklámot, amely annak bármely más termékkel, védjeggyel, védjegy vagy egy versenytárs bármely más megkülönböztető jelzésével történő összetévesztését eredményezi;
- b) a kereskedő által a magára nézve kötelezőnek elismert magatartási kódexben szereplő kötelezettségvállalások be nem tartása, amennyiben:
 - i. a kötelezettségvállalás nem csak szándék, hanem egyértelmű, ellenőrizhető elkötelezettség, és
 - ii. a kereskedő a kereskedelmi gyakorlat során jelzi, hogy rá nézve a kódex kötelező;
- c) azok a gyakorlatok, amelyek keretében egy árut az egyik tagállamban akként forgalmaznak, hogy az megegyezik egy más tagállamokban forgalmazott áruval, miközben az utóbbi áru összetételében vagy jellemzőiben jelentős eltérések vannak, kivéve, ha ezt jogszerű és objektív tényezők indokolják.

A megtévesztő mulasztásról szóló 7. cikkel együtt a 6. cikket alkalmazzák messze a leggyakrabban végrehajtási célból.

⁽¹⁵⁴⁾ PS9540 – Euroservice-Recupero Crediti. Provvedimento n. 25425, 2015. április 15.

A viselkedési közgazdaságtan megfigyelései szerint nem csupán a rendelkezésre bocsátott információk tartalma, hanem **az információ közlésének módja is jelentős hatással lehet arra, hogyan reagálnak rá a fogyasztók**. Ezért a 6. cikk kifejezetten olyan helyzetekre vonatkozik, amelyekben a kereskedelmi gyakorlatok „bármilyen módon – ideértve a megjelenítés valamennyi körülményét –” félrevezethetik a fogyasztókat, „még akkor is, ha a rendelkezésre bocsátott információ tényszerűen helytálló”.

A nemzeti bíróságoknak és közigazgatási hatóságoknak kell megvizsgálniuk a kereskedelmi gyakorlatok megtévesztő jellegét a viselkedési közgazdaságtan legújabb megfigyeléseinek figyelembevételével. Például az alapbeállítások alkalmazása (azok a választások, amelyeket a fogyasztók feltételezhetően tesznek, feltéve, hogy kifejezetten másként nem rendelkeznek) vagy a feleslegesen összetett tájékoztatás megtévesztőnek bizonyulhat.

2.8.1. Általános megtévesztő tájékoztatás

A 6. cikk (1) bekezdésének a)–g) pontja tiltja azokat a megtévesztő tevékenységeket, amelyek különféle tényezők széles skálája tekintetében félrevezethetik az átlagfogyasztót, ideértve a következőket:

- a termék létezése,
- a termék lényeges tulajdonságai (például az összetétele, a gyártás módja, a földrajzi vagy kereskedelmi eredete, a használat során várható kockázatok vagy eredmények),
- az ár vagy kiszámításának módja, vagy különleges árkedvezmény megléte,
- a kereskedő személye, sajátosságai és jogai.

A 6. cikk egyértelműen felölel minden olyan kereskedelmi gyakorlatot, amely **„hamis információt tartalmaz, és ezáltal valótlan”**.

A termék „lényeges tulajdonságaira” vonatkozó információkat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdése szerinti, vásárlásra való felhívásban és a fogyasztók jogairól szóló irányelvvel összhangban a szerződés megkötése előtt kell megadni. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja tiltja a termék lényeges tulajdonságaival kapcsolatos olyan hamis információ rendelkezésre bocsátását, amely valószínűsíthetően arra készteti az átlagfogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Példa:

- Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy kereskedő ellen, aki hamisan azt állította, hogy fogyasztói kölcsöneinek kamatai a legalacsonyabbak a piacon. A kereskedő továbbá reklámjaiban helytelen tájékoztatást adott, amikor azt állította, hogy a fogyasztók hitelképességüktől függetlenül megkapják a kölcsönt⁽¹⁵⁵⁾.
- Informatikai termékek, például külső merevlemez meghajtók, USB-kulcsok, mobil telefonok és táblagépek esetében a tárhely vagy memória meghatározó lényeges tulajdonság. Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy kereskedő ellen, aki olyan informatikai termékeket reklámozott, amelyek tárhelye lényegesen eltért a tényleges tárhelyüktől⁽¹⁵⁶⁾. Hasonlóképpen, egy fogyasztói szervezet csoportos keresetet indított egy olyan, különböző márkájú informatikai eszközök körében végzett vizsgálat alapján, amely a reklámozott és tényleges memóriák között átlagosan egyharmadnyi különbséget tárt fel.
- Egy légi közlekedési ügynökség az ügyletet megelőzően a nemzeti nyelven kommunikált a fogyasztókkal. Az értékesítést követő ügyfélszolgálat azonban csak angol nyelven volt elérhető, amiről a fogyasztókat az ügyletet megelőzően nem tájékoztatták. Ez a kereskedelmi gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdése b) pontja – az I. melléklet 8. pontjával összefüggésben – megsértésének minősül⁽¹⁵⁷⁾.
- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy az a tény, hogy a jegyet továbbértékesítették, a jegy lényeges tulajdonságának minősül, mivel az eredeti eladó megtagadhatja az újraeladott jegy vevőjétől a belépést⁽¹⁵⁸⁾.

A 6. cikk (1) bekezdésének c) pontja és a 6. cikk (1) bekezdésének f) pontja a kereskedőt és az értékesítési folyamat jellegét érintő különböző információkra vonatkozik. Idetartozhatnak az olyan kereskedelmi gyakorlatok is, amikor a kereskedő hamisan állítja vagy sejteti, hogy jogosult egy termék értékesítésére, ha a termék szelektív forgalmazási hálózat hatálya alá tartozik.

⁽¹⁵⁵⁾ RPZ 4/2015. sz. határozat.

⁽¹⁵⁶⁾ PS9678 - Samsung - Caratteristiche Tecniche Smartphone. 25138. sz. határozat, 2014. december 19.

⁽¹⁵⁷⁾ ECLI:NL:CBB:2016:103, College van Beroep voor het bedrijfsleven, 15/338.

⁽¹⁵⁸⁾ ECLI:NL:CBB:2014:412, College van Beroep voor het bedrijfsleven, AWB 13/225.

A gyakran „**akár állításként**” hivatkozott kereskedelmi gyakorlatban a kereskedők marketingérvként a termék használatától várható maximális előnyöket emelik ki a fogyasztók számára. Egy „akár állítás” a 6. cikk értelmében megtévesztőnek minősülhet, ha az nem **tükrözi a kereskedő ajánlatának valóságát**, és ha a fogyasztót valószínűsíthetően olyan ügyleti döntés meghozatalára készítheti, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Az „akár állítások” megtévesztők lehetnek, ha a kereskedők nincsenek abban a helyzetben, hogy **bizonyítsák, hogy a fogyasztók** normál körülmények között **valószínűsíthetően elérik az ígért maximális eredményeket**. Lásd még az árkedvezményről szóló 2.8.2. szakaszt.

Azt, hogy egy „akár állítás” megtévesztő-e, egyedileg kell vizsgálni. Eltérő kritériumok lehetnek relevánsak, mint például:

- az, hogy egyértelműen közlik-e az átlagfogyasztó által észszerűen várható eredményeket és előnyöket, beleértve minden alkalmazandó feltételt és korlátozást. Ennek elmulasztása megtévesztőnek minősülhet a termék „lényeges tulajdonságai” tekintetében:
- o a 7. cikk (4) bekezdésének a) pontja értelmében (vásárlásra való felhívás esetében) jelentős információ megadásának elmulasztásaként,
- o a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében megtévesztő tevékenységként,
- az, hogy a kereskedő rendelkezésére áll-e megfelelő bizonyíték az állítás alátámasztására a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikke értelmében.

A fogyasztók rendelkezésére bocsátott információ semmilyen módon **nem vezetheti félre a fogyasztót**, ideértve a megjelenítés valamennyi körülményét, még akkor sem, ha az információ tényszerűen helytálló.

Példa:

- Egy pénzügyi intézmény alacsony kockázatú, öt éves, kiemelt kamatozású betétként reklámozott egy befektetési terméket, lejárator garantált tőke-visszafizetéssel. Ténylegesen azonban a befektetők elvesztették a tőke utáni kamatot és az eredetileg befektetett tőke jelentős részét. Egy fogyasztóvédelmi hatóság ezt a kereskedelmi gyakorlatot megtévesztőnek minősítette, mivel a befektetők elégtelen és megtévesztő tájékoztatást kaptak a kínált pénzügyi termékkel kapcsolatban ⁽¹⁵⁹⁾.
- Egy nemzeti bíróság megtévesztőnek minősítette egy mobiltelefon-szolgáltató reklámját, mivel a kereskedő, miközben azt állította, hogy tarifái 30 %-kal olcsóbbak versenytársai tarifáinál, elmulasztotta egyértelműen feltüntetni, hogy a telefonbeszélgetések első perce nem másodpercalapú. A bíróság az ajánlat kétértelműsége miatt úgy ítélte meg, hogy a fogyasztó nem volt abban a helyzetben, hogy tájékozott döntést hozzon ⁽¹⁶⁰⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem ír elő formális követelményeket a **termék vagy összetétele földrajzi (vagy kereskedelmi) eredetének** feltüntetésére vonatkozóan ⁽¹⁶¹⁾. Az ágazatspecifikus jogszabályok azonban tartalmazhatnak ilyen követelményeket ⁽¹⁶²⁾. Továbbá a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében a fogyasztó ezek tekintetében való megtévesztése a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontjában meghatározott tilalom alá eshet, ha az ilyen hamis vagy megtévesztő információ a fogyasztót valószínűsíthetően olyan vásárlási döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

A nemzeti bíróságok néhány határozata kifejezetten a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a **származással kapcsolatos megtévesztő állításokra** való alkalmazására vonatkozik.

Példa:

Egy Dominikai Köztársaságban működő vállalat úgy értékesítette rumtermékeit az Unióban, hogy az üvegeken és a kereskedelmi anyagokban többször hivatkozott Kubára. Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősül egy híres földrajzi terület megemlézése egy terméken, miközben a termék nem arról a területről származik ⁽¹⁶³⁾.

Kérdések merültek fel a **termékek összetételére** vonatkozó információkkal kapcsolatban is, például a „bőr” szóval címkézett vagy jelölt, nem állati eredetű összetevőket tartalmazó áruk tekintetében.

⁽¹⁵⁹⁾ Fogyasztóvédelmi ombudsman, 2013. február 25. (4995. sz. jegyzőkönyv), Bank of Cyprus.

⁽¹⁶⁰⁾ Máltai fogyasztóvédelmi bíróság, Melita mobile, 2013. április 17.

⁽¹⁶¹⁾ Habár ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke értelmében vett jelentős információnak minősülhet.

⁽¹⁶²⁾ Lásd például a C-363/18. sz. Organisation juive européenne és Vignoble Psagot ügyben 2019. november 12-én hozott ítéletet az élelmiszerek származási országának vagy eredete helyének kötelező feltüntetéséről.

⁽¹⁶³⁾ Cour d'appel de Paris, 2012. május 10., Société Havana Club International és SA Pernod kontra SAS Etablissements Dugas és Société 1872 Holdings VOF (hiv. sz.: 10/04016).

Példa:

Nemzeti bíróságok úgy határoztak, hogy megtévesztő azzal az állítással értékesíteni egy bőrt nem tartalmazó bútort, hogy a bútort egyes részei „textilbőrből” készültek. A bíróságok hangsúlyozták, hogy az átlagfogyasztó ezekben a bútorokban bőr jelenlétét fogja feltételezni ⁽¹⁶⁴⁾.

A 6. cikk (1) bekezdésének g) pontja értelmében a kereskedők nem téveszthetik meg a fogyasztókat a **fogyasztói jogok** tekintetében.

Példa:

- Egy nemzeti bíróság elutasította egy olyan kereskedő fellebbezését, akit egy végrehajtó hatóság pénzbírsággal sújtott a fogyasztók ellátási jogukkal kapcsolatos megtévesztéséért. Ahelyett, hogy kifejezetten hivatkozott volna arra, hogy 14 nap áll a fogyasztók rendelkezésére ahhoz, hogy elálljanak a szerződéstől, a szerződés – nem egyértelmű és megtévesztő nyelvezetet használva – csak egy hivatkozást tartalmazott a nemzeti jogszabály releváns rendelkezéseire ⁽¹⁶⁵⁾.
- Egy kereskedő kiemelten reklámozott egy egyéves ingyenes kereskedelmi garanciát annak érdekében, hogy ennek a kereskedelmi garanciának a három, illetve öt évre történő fizetős meghosszabbítására ösztönözze a fogyasztókat. A vállalat nem tájékoztatta megfelelően a fogyasztókat a megfelelőségre vonatkozó jótállásról, amelyre a fogyasztási cikkek adásvételéről és a kapcsolódó jótállásról szóló irányelv értelmében a termék kézhezvételét követő két éven belül jogosultak. Egy fogyasztóvédelmi hatóság ezt a kereskedelmi gyakorlatot megtévesztőnek ítélte, különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének g) pontja alapján ⁽¹⁶⁶⁾. Ezt a határozatot egy nemzeti bíróság is fenntartotta ⁽¹⁶⁷⁾.

2.8.2. Árkedvezmények

A 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja tiltja az **arra** vonatkozó megtévesztő tájékoztatást. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek az árak feltüntetéséről szóló 98/6/EK irányelvben foglalt különös szabályok hatálya alá tartozó árcsökkentésekre való alkalmazását az 1.2.5. szakasz tárgyalja. **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv továbbra is teljes mértékben alkalmazandó, és szabályozza az árkedvezményeket népszerűsítő egyéb gyakorlatokat, például az egyéb árakkal való összehasonlítást, a kapcsolt vagy kötött feltételes ajánlatokat és a hűségprogramokat.** A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv számos rendelkezése releváns az ilyen promóciós gyakorlatok tekintetében (például a 6. cikk d) pontja a különleges árkedvezmény megléte, a 20. pont pedig az ingyenes ajánlatok tekintetében). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **a személyre szabott árakra** is vonatkozik (lásd a 4.2.8. szakaszt).

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv továbbra is alkalmazandó különösen az áraknak a más kereskedők által felszámított árakkal vagy más referenciaárakkal, például a gyártó „ajánlott kiskereskedelmi áraival” való összehasonlítására irányuló promóciós gyakorlatokra. **Az érintett kereskedőknek különös figyelmet kell fordítaniuk arra, hogy egyértelműen tájékoztassák a fogyasztót arról, hogy a feltüntetett referenciaár összehasonlítás,** nem pedig a kereskedő által korábban felszámított ár csökkentése. Ezt a magyarázatot azonnal és önként fel kell tüntetni a referenciaárral együtt. Ez különösen fontos olyan technikák alkalmazása esetén, mint az **áthúzott referenciaár**, amelyet a fogyasztók valószínűleg az ugyanazon kereskedő által korábban felszámított ár csökkenésének tartanak. A tagállami hatóságok feladata, hogy eseti alapon értékeljék, hogy az ilyen gyakorlatok megtévesztőek-e, illetve megfelelnek-e a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek.

Az ár-összehasonlítás során az **„ajánlott kiskereskedelmi árak”** feltüntetését indokolni kell. Az ajánlott kiskereskedelmi árak feltüntetése ellentétes lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontjával, ha indokolatlanul magas és irreális, és azt a benyomást kelti a fogyasztókban, hogy jelentősebb kedvezményt kínálnak számukra, mint a valóságban.

A Canal Digital Danmark ügyben hozott ítéletében ⁽¹⁶⁸⁾ a Bíróság kifejtette, hogy a 6. cikk (1) bekezdése értelmében megtévesztőnek kell minősíteni azt a kereskedelmi gyakorlatot, amelynek értelmében **egy termék árát több összetevőre bontják, és azok egyikét kiemelik**, amennyiben e gyakorlat nyomán az átlagfogyasztóban egyrészt az a téves benyomás alakulhat ki, hogy számára kedvező árat ajánlanak, másrészt ezen átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hozhat, amelyet egyébként nem hozott volna meg; mindezeknek a vizsgálata az alapeljárás valamennyi releváns körülményének figyelembevételével a kérdést előterjesztő bíróság feladata ⁽¹⁶⁹⁾.

⁽¹⁶⁴⁾ Urteil Az. I-4 U 174/11* OLG Hamm 8. März 2012 és Urteil Az. 3 U 219/11* OLG Bamberg 21. März 2012.

⁽¹⁶⁵⁾ Prágai Városi Bíróság, 2015. május 11., Bredley és Smith kontra Cseh Kereskedelmi Felügyeleti Hatóság.

⁽¹⁶⁶⁾ PS7256, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 2011. december 21., COMET-APPLE-Prodotti in garanzia.

⁽¹⁶⁷⁾ Consiglio di Stato, N. 05253/2015REG.PROV.COLL. N. 05096/2012 REG.RIC.

⁽¹⁶⁸⁾ A Bíróság 2016. október 26-i ítélete, Canal Digital Danmark A/S, C-611/14. sz.

⁽¹⁶⁹⁾ Ugyanott, 47-49. pont.

Példa:

- 2020-ban a Bizottság és a fogyasztóvédelmi együttműködési hálózatban részt vevő nemzeti hatóságok kezdeményezésére a Booking és az Expedia utazási foglalási honlap kötelezettségvállalásokat tett. Platformként vállalták, hogy az uniós fogyasztóvédelmi joggal összhangban biztosítják az árcsökkentések és árengedmények egyértelmű bemutatását, beleértve a következőket:
 - a különböző tartózkodási időpontokra számított árakat nem árengedményként tüntetik fel (például áthúzással vagy olyan kifejezésekkel, mint hogy „% -kal olcsóbb”),
 - egyértelművé teszik, ha az alacsonyabb árak csak a hűségprogramok résztvevői számára érhetőek-e el,
 - nem mutatnak be egy ajánlatot korlátozottan elérhetőként, ha az a későbbiekben is elérhető lesz ugyanazon az áron ⁽¹⁷⁰⁾.
- Egy kereskedő úgy reklámozott sporteszközt, hogy árát az importőr valamelyest magasabb ajánlott kiskereskedelmi árhoz hasonlította, noha az importőr közvetlenül nem értékesített ilyen terméket a fogyasztóknak. Egy nemzeti bíróság ezt a gyakorlatot megtévesztőnek minősítette, és megtiltotta a kereskedőnek, hogy árát az ajánlott kiskereskedelmi árhoz hasonlítsa, kivéve abban az esetben, ha ez az ár megfelel más kiskereskedők által ugyanezért a termékért általában és ténylegesen felszámított áraknak ⁽¹⁷¹⁾.
- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy egy kereskedő megsértette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontját azáltal, hogy áthúzott referenciaárakat tüntetett fel a bútorok vonatkozásában, miközben soha nem kínálta őket ezen az áron. Ezzel a kereskedő nem létező árkedvezményt teremtett, amely ténylegesen vagy potenciálisan megtévesztette a fogyasztókat ⁽¹⁷²⁾.

2.8.3. Megtévesztő marketing

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének a) pontja a **megtévesztő marketinggel** foglalkozik.

6. cikk (2) bekezdés a) pont:

Megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat akkor is, ha az tényszerű összefüggésben, sajátosságaira és körülményeire figyelemmel, az átlagfogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, és amely magában foglalja a következőket:

- a) a termék marketingje, ideértve az összehasonlító reklámot, amely annak bármely más termékkel, védjeggyel, védjegy vagy egy versenytárs bármely más megkülönböztető jelzésével történő összetévesztését eredményezi;

Példa:

- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy más kereskedő védjegyzését (nevét, jelzéseit és számlájának kialakítását) utánozó számlák kiküldése és olyan benyomás keltése, hogy ez a másik kereskedő nyújtotta a szolgáltatást, tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül. Ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 21. pontjával is ellentétes volt (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) ⁽¹⁷³⁾.
- Ugyanez a bíróság továbbá a taxikon feltüntetett sárga „Taxi” és „Taxi Gothenburg” jelzéseket összehasonlító reklámnak minősítette, amely összehasonlítja a fogyasztót a versenytárs megkülönböztető jelzéseit illetően. Ennek az volt az oka, hogy egy másik kereskedő Göteborg területén 1922 óta nyújt taxiszolgáltatást, védjegye pedig a „Taxi Gothenburg” felirat és a sárga szín ⁽¹⁷⁴⁾.

Az összeegyeztethetőség tekintetében kérdéses gyakorlatot **„utánzó csomagolásnak”** (copycat packaging) hívják, és offline és online vásárlási csatornákon is találkozni vele. Ez nem más, mint az a gyakorlat, amikor egy termék csomagolását (vagy kereskedelmi arculatát [trade dress]) úgy tervezik meg, hogy az egy jól ismert konkurens márka általános „külső megjelenését és érzetét” keltse.

⁽¹⁷⁰⁾ Sajtóközlemény, 2020. december 18.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

⁽¹⁷¹⁾ MAO:829/15.

⁽¹⁷²⁾ ECLI:NL:RBROT:2019:4155, Rechtbank Rotterdam, ROT 18/4040.

⁽¹⁷³⁾ MD 2009:36, Marknadsdomstolen, 2009. november 19.

⁽¹⁷⁴⁾ MD 2015:9, Marknadsdomstolen, 2015. június 11.

Az utánzó csomagolás nem egyenlő a hamisítással, mivel rendszerint nem másolja le a védjegyeket. Az utánzó csomagolással kapcsolatban azzal a veszéllyel kell számolni, hogy a fogyasztó összetéveszti a terméket, ami következtésképpen torzítja kereskedelmi magatartását.

A fogyasztó utánzó csomagolással való megtévesztése számos formában jelentkezhet:

- egyértelmű összetévesztés – a fogyasztó a lemásolt terméket veszi meg, mert összekeveri a keresett márkával,
- félrevezetés a termék származását illetően – a fogyasztó felismeri, hogy a lemásolt termék más termék, de a hasonló csomagolás miatt azt hiszi, hogy ugyanattól a gyártótól származik,
- félrevezetés a minőséggel vagy jelleggel kapcsolatban – a fogyasztó ebben az esetben is felismeri, hogy nem ugyanarról a termékről van szó, de a hasonló csomagolás miatt azt hiszi, hogy a termék azonos minőségű, vagy minősége közelebb áll az utánzott termékéhez.

A hasonló csomagolás azt sugallja a fogyasztóknak, hogy a lemásolt termék a minősége és jellege tekintetében hasonlít a szóban forgó márkához, vagy legalábbis jobban hasonlít, mint ahogy egyébként feltételeznék. Így tehát a hasonló csomagolás azt a benyomást kelti a fogyasztókban, hogy a termékek között csupán az árat lehet összehasonlítani (és nem az ár és a minőség kombinációját).

Példa:

Egy kereskedő úgy nevezi el vagy olyan márkajelzéssel látja el új napszemüvegeit, hogy azok nagyon hasonlítanak a versenytárs napszemüvegeinek nevére vagy márkajelzésére. Ez a gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdése megszegésének minősülhet, ha a hasonlóság annyira nyilvánvaló, hogy megtéveszti az átlagfogyasztót, aki így inkább az új napszemüvegeket veszi meg, pedig ha nem tévesztette volna össze a napszemüvegeket, nem vette volna meg.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete minden körülmények között tilt néhány, a **védjegyekkel, márkákkal és azok kapcsolódó jellemzőivel összefüggő megtévesztő marketinget** is magában foglaló konkrét kereskedelmi gyakorlatot:

I. MELLÉKLET 3. pont

Bizalmi jegy, minőségi jegy, vagy annak megfelelő jelzés megjelenítése a szükséges engedély nélkül.

I. MELLÉKLET 4. pont

Annak valótlán 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.

I. MELLÉKLET 13. pont

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.

Az a gyakorlat, amikor a **kereskedők vagy online piacterek az értékesítés során kulcsszóként márkaneveket használnak**, megtévesztheti a fogyasztókat, amennyiben ez megtévesztő lehet a terméket ténylegesen kínáló kereskedő személyazonosságát illetően. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet, és különösen annak 6. cikke (1) bekezdésének a) pontját és 6. cikke (2) bekezdésének a) pontját akkor kell figyelembe venni, ha a megjelenített eredmények megtéveszthetik a fogyasztókat a termék jellegét illetően, vagy összezavarják a fogyasztókat a versenytársak termékeit, védjegyeit, márkaneveit vagy egyéb megkülönböztető jegyeit illetően. A **hamisított termékek** értékesítésére védjegyzett márkát kulcsszóként használó vállalatok sérthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 9. pontját.

2.8.4. A magatartási kódexek be nem tartása

6. cikk (2) bekezdés b) pont:

(2) Megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat akkor is, ha az tényszerű összefüggésében, sajátosságaira és körülményeire figyelemmel, az átlagfogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, és amely magában foglalja a következőket:

[...]

- b) a kereskedő által a magára nézve kötelezőnek elismert magatartási kódexben szereplő kötelezettségvállalások be nem tartása, amennyiben:
- i. a kötelezettségvállalás nem csak szándék, hanem egyértelmű, ellenőrizhető elkötelezettség,
 - és
 - ii. a kereskedő a kereskedelmi gyakorlat során jelzi, hogy rá nézve a kódex kötelező.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv számos rendelkezése **megakadályozza, hogy a kereskedők méltatlanul kihasználják a fogyasztók önszabályozó kódexekbe vetett bizalmát**. Az irányelv nem tartalmaz külön szabályt a magatartási kódex érvényességére vonatkozóan, de azon a feltételezésen alapul, hogy a kereskedő tagságával vagy az önszabályozó testület ajánlásával kapcsolatban tett megtévesztő állítások torzíthatják a fogyasztók gazdasági magatartását és alááshatják a fogyasztók önszabályozási kódexekbe vetett bizalmát. Először is, a 6. cikk (2) bekezdésének b) pontja arra kötelezi a kereskedőket, hogy megfeleljenek az általuk magukra nézve kötelezőnek elismert magatartási kódexeknek a kereskedelmi kommunikációkban.

A Bíróság a Bankia ügyben hozott ítéletében egyértelművé tette, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel nem ellentétes az olyan nemzeti szabályozás, amely nem biztosít jogilag kötelező erőt a magatartási kódexeknek⁽¹⁷⁵⁾. A Bíróság elismerte, hogy a 6. cikk (2) bekezdésének b) pontja értelmében a magatartási kódexben szereplő kötelezettségvállalások kereskedő általi be nem tartása tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet, ugyanakkor az irányelv nem kötelezi a tagállamokat arra, hogy közvetlen következményeket írjanak elő a kereskedők tekintetében pusztán amiatt, hogy valamely magatartási kódex követelményeinek nem feleltek meg⁽¹⁷⁶⁾.

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság e rendelkezés alapján eljárást indított egy energiaszolgáltató ellen. A szolgáltató, amely egy energiaipari vállalatok képviselő egyesület tagja volt, azt állította, hogy rá nézve kötelező az egyesület magatartási kódexe. A magatartási kódex leszögezte, hogy amikor a fogyasztók kizárólag tájékoztatást kérnek, nem szabad nekik terméket vagy szolgáltatást ajánlani. A szóban forgó ügyben azonban a fogyasztók vagy nem kapták meg a kért tájékoztatást, vagy olyan szerződéses kötelemben találták magukat, amelyhez nem járultak hozzá. A magatartási kódex azt is rögzítette, hogy a tagok nem használhatják ki a fogyasztók tapasztalatlanságát vagy kiszolgáltatottságát (életkorát). Azonban a szóban forgó energiaszolgáltató számos megkeresett idős embert kihasznált⁽¹⁷⁷⁾.

Másodszor, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete minden körülmények között tilt bizonyos **gyakorlatokat annak biztosítása érdekében, hogy a kereskedők felelősen használják a magatartási kódexeket a marketing során** (az I. melléklet 1. és 3. pontja a magatartási kódexekre, 2. pontja a bizalmi jegyre és 4. pontja a közjogi vagy magánszervezet általi jóváhagyásra vonatkozóan).

2.8.5. „Kettős minőségű” forgalmazás

6. cikk (2) bekezdés c) pont

(2) Megtévesztőnek minősül a kereskedelmi gyakorlat akkor is, ha az tényszerű összefüggésében, sajátosságaira és körülményeire figyelemmel, az átlagfogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, és amely magában foglalja a következőket:

[...]

c) azok a gyakorlatok, amelyek keretében egy árut az egyik tagállamban akként forgalmaznak, hogy az megegyezik egy más tagállamokban forgalmazott áruval, miközben az utóbbi áru összetételében vagy jellemzőiben jelentős eltérések vannak, kivéve, ha ezt jogszerű és objektív tényezők indokolják.

Az áruk szabad mozgása nem feltétlenül jelenti azt, hogy minden terméknek azonosnak kell lennie az egységes piac valamennyi részén. Bár a fogyasztók szabadon megválaszthatják, hogy milyen termékeket vásárolnak, az üzleti szereplők is jogosultak arra, hogy eltérő összetételű vagy jellemzőkkel rendelkező árukat hozzanak forgalomba és értékesítsenek, amennyiben maradéktalanul tiszteltetben tartják az uniós jogszabályokat (akár a termékbiztonságról, akár a címkézésről vagy más horizontális vagy ágazati jogszabályokról legyen is szó).

Az (EU) 2019/2161 irányelv (52) preambulumbekkezdésében foglaltak szerint ugyanakkor azok a gyakorlatok, amelyek keretében egy árut úgy forgalmaznak, mintha megegyezne azzal, amit más tagállamokban forgalmaznak, miközben a valóságban az áruk összetételében vagy jellemzőiben jelentős eltérések vannak, megtéveszthetik a fogyasztókat, és olyan üzleti döntés meghozatalára késztethetik őket, amit egyébként nem hoztak volna meg. Az ilyen marketinggyakorlatokra gyakran „kettős minőségként” utalnak.

⁽¹⁷⁵⁾ A Bíróság 2018. szeptember 19-i ítélete, Bankia, C-109/17.

⁽¹⁷⁶⁾ Ugyanott, 58. pont.

⁽¹⁷⁷⁾ CA/NB/527/29, 2010. november 6.

Ezért az (EU) 2019/2161 irányelv külön rendelkezéssel egészítette ki a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet (a 6. cikk (2) bekezdésének c) pontja) az olyan helyzetek kezelése érdekében, amikor a kereskedők különböző tagállamokban azonosként forgalmaznak árukat, miközben a valóságban jelentős különbségek vannak összetételük vagy jellemzőik tekintetében, kivéve, ha ezt jogszerű és objektív tényezők indokolják. A 6. cikk (2) bekezdése c) pontjának alkalmazása az érintett áruk kiserelésének és összetételének vagy jellemzőinek **objektív és nyilvánvaló körülményein** alapul.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének c) pontja egyértelművé teszi a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazását a megtévesztő „kettős minőséggel” kapcsolatos marketinggyakorlatokra, továbbá egyértelműbb és konkrétabb jogalapot biztosít a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok számára az ilyen megtévesztő gyakorlatok kezelésére. Ez az iránymutatás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló (eredeti) irányelvnek az élelmiszerek „kettős minőségére” való alkalmazásáról szóló, 2017. évi bizottsági közlemény⁽¹⁷⁸⁾ helyébe lép, és hatályon kívül helyezi azt.

Tárgy és érintett kereskedők

A 6. cikk (2) bekezdésének c) pontja csak „árakra” vonatkozik, amelyek fogalmát a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem határozza meg. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv az árukból, szolgáltatásokból és digitális tartalmakból álló, tág értelemben vett „termékekre” vonatkozik. Ezért az áruk adásvételéről szóló (EU) 2019/771 irányelvben szereplő „áru” fogalommeghatározást analógia útján kell alkalmazni. Ennek megfelelően az „áru” ingóságokat, valamint vizet, gázt és villamos energiát is jelent korlátozott térfogatban vagy meghatározott mennyiségben. Következésképpen a 6. cikk (2) bekezdésének c) pontja nem alkalmazandó a szolgáltatásokra és a digitális tartalomra, amelyek továbbra is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv megtévesztő tevékenységekre vagy mulasztásokra vonatkozó általános szabályainak hatálya alá tartoznak.

A „kettős minőséggel” kapcsolatos forgalmazási gyakorlatok az **élelmiszerekkel** (beleértve az italokat is) kapcsolatban jelentik a legtöbb problémát. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének c) pontja azonban más fajta árukra is alkalmazandó.

A 6. cikk (2) bekezdésének c) pontja a „**forgalmazásra**” vonatkozik, amelynek tág fogalma magában foglalja mind az áruk csomagoláson való megjelenítését, a kapcsolódó reklámokat és promóciókat, mind az áruk fogyasztók részére történő értékesítését.

A 6. cikk (2) bekezdése c) pontjának elsődleges célcsoportját azok a kereskedők alkotják, akik meghatározzák az érintett áruk kiserelését és összetételét. Ezek általában a gyártók, beleértve a „magán” címkek tulajdonosait és a kiskereskedői márkákat is. A 6. cikk (2) bekezdésének c) pontjával kapcsolatos végrehajtási tevékenységeknek ezért elsősorban az áruk gyártóira kell összpontosítaniuk.

A **kiskereskedők** általában nem befolyásolják az általuk értékesített áruk összetételét vagy csomagolását. Ennek ellenére, ha egy adott áru tekintetében megállapításra kerül a „kettős minőséggel” kapcsolatos megtévesztő gyakorlatok ténye, **a végrehajtó hatóságok korrekciós intézkedéseket is kérhetnek a szóban forgó árut értékesítő kiskereskedőktől.** Előírhatják különösen azt, hogy a kiskereskedők az értékesítés helyén további tájékoztatást nyújtsanak a fogyasztóknak, ezáltal biztosítva azt, hogy a fogyasztók tudomást szerezzenek arról, hogy az érintett áru valójában nem azonos a más országokban értékesített termékkel. Mivel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem vonatkozik az üzleti vállalkozások közötti (B2B) kapcsolatokra, nem szabályozza az ilyen végrehajtási intézkedések következményeit a kiskereskedők és a gyártók közötti szerződéses B2B kapcsolatok összefüggésében.

A „kettős minőséggel” kapcsolatos esetek határokon átnyúló jellege miatt az illetékes hatóságoknak adott esetben együtt kell működniük **a fogyasztóvédelmi együttműködésről** szóló (EU) 2017/2394 **rendelet** alapján. A fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló rendelet mindenekelőtt egyértelmű kölcsönös segítségnyújtási kötelezettségeket ír elő az illetékes hatóságok között annak biztosítása céljából, hogy a kereskedő letelepedésének helye szerinti tagállam hatóságai meghozzák a szükséges intézkedéseket az Unió más joghatóságainak területén élő fogyasztókat érintő jogsértések megszüntetése érdekében.

A különbségek és annak megállapítása, hogy az árukat „azonosként” forgalmazzák-e

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének c) pontja szerint egy áru tekintetében akkor kerül sor potenciálisan tisztességtelen, „kettős minőséggel” kapcsolatos forgalmazási gyakorlatokra, amennyiben az alábbi két feltétel teljesül:

1. az árut a más tagállamokban forgalmazott áruval azonosként forgalmazzák; és
2. az áru összetétele vagy jellemzői jelentősen eltérnek a más tagállamokban forgalmazott áruétól.

⁽¹⁷⁸⁾ A Bizottság közleménye az uniós élelmiszer- és fogyasztóvédelmi jognak a termékek kettős minőségével kapcsolatos problémákra történő alkalmazásáról – Az élelmiszerek egyedi esete (HL C 327., 2017.9.29., 1. o.). A jelenlegi iránymutatás e korábbi bizottsági közlemény helyébe lép, és hatályon kívül helyezi azt.

A „más tagállamokra” való hivatkozást úgy kell értelmezni, hogy az a végrehajtó tagállamon kívül **egy vagy több tagállamra** vonatkozik ⁽¹⁷⁹⁾.

Az „azonosként történő forgalmazás” kifejezés az áruk megjelenésére és arra utal, hogy az **átlagfogyasztó** hogyan érzékeli őket. Ennek megfelelően az áru bemutatásának nem kell minden tekintetben teljesen azonosnak lennie ahhoz, hogy azt egy átlagos személy azonosnak tekintse. Az (EU) 2019/2161 irányelv (53) preambulumbekzdése szerint az illetékes nemzeti hatóságoknak az információk elérhetőségének és megfelelőségének vizsgálatával értékelniük kell, hogy a fogyasztók számára mennyire egyszerű az áruk közötti eltérés azonosítása.

Amikor a kereskedők különböző tagállamok fogyasztói számára olyan áruválozatokat mutatnak be, amelyek összetételében vagy tulajdonságaiban jelentős különbségek vannak, az átlagfogyasztó helyzetébe kell képzelniük magukat, és ellenőrizniük kell, hogy **az átlagfogyasztó ezeket a különböző változatokat valószínűleg azonosnak fogja-e tekinteni**. E tekintetben a kereskedők ihletet meríthetnek a meglévő helyes forgalmazási gyakorlatokból, amelyek során a vállalatok az élelmiszer-termékeik különböző változatait mutatják be (amelyek az egyes nemzeti piacokon egyidejűleg érhetőek el), oly módon, hogy a különbségeket a fogyasztók számára határozottan egyértelművé teszik, miközben megőrzik a márkát azonosító közös elemeket.

Mivel a 6. cikk (2) bekezdése c) pontjának alkalmazását az „eltérések” megléte váltja ki, nincs szükség „referenciatermék” meghatározására. Nevezetesen **nem kell megállapítani, hogy az azonos módon forgalmazott áruk közül melyik az „eredeti”, és melyik az „eltérő” változat**. Csak az számít, hogy a különböző tagállamokban forgalmazott áruk összetételükben vagy tulajdonságaikban jelentősen eltérnek-e vagy sem. Ez azt is jelenti, hogy a kereskedőknek kell eldönteniük, hogyan biztosítják, hogy az áruik különböző változatai egyértelműen megkülönböztethetők legyenek a fogyasztók számára.

A más tagállamokban forgalmazott áruktól való eltérések megállapításához a nemzeti végrehajtó hatóságoknak **össze kell hasonlítaniuk a csomagoláson (az első oldalon és a címkén) rendelkezésre álló információkat**. Ha (laboratóriumi vizsgálatok révén) megállapítást nyer, hogy a jogszabályban előírt címkézési információk helytelenek, az elsősorban az élelmiszerekre vonatkozó uniós rendeletek megsértését jelenti (lásd lent, valamint az 1.2.2. és 3.3. szakaszt).

Eseti értékelés és az eltérés „jelentősége”

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikkének általános rendelkezései szerint a különböző tagállamokban a különböző összetételű vagy tulajdonságokkal rendelkező áruk azonosként való forgalmazása megtevesztő, és ezért tisztességtelen és tiltott, **amennyiben az ilyen forgalmazás valószínűsíthetően befolyásolja az átlagfogyasztó üzleti döntését**. Ehhez az érintett kereskedelmi gyakorlatok eseti értékelésére van szükség. Az üzleti döntési teszt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv valamennyi főbb, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló rendelkezésének (azaz az 5–9. cikknek) sarokköve és előfeltétele.

Ebben a tekintetben meg kell jegyezni, hogy az egységes piacon a fogyasztók általában véve tudják, hogy biztosított az áruk szabad mozgása és az árukhoz való egyenlő hozzáférés. A fogyasztók szemében különösen a márkákban jelenik meg a minőség ellenőrzött és állandó jellege. Márkák reklámozására és az imázsalkotásra irányuló erőfeszítések hozzájárulnak az ilyen fogyasztói megítéléshez. Ezenkívül az olyan állítások, mint „eredeti”, „egyedi” és az „alapító receptje”, amelyek gyakoriak például az élelmiszerek csomagolásán, tovább erősítik a márkatulajdonosnak az áru minden piacon egységes jellemzőire vonatkozó üzenetét.

Ezért a fogyasztók eleve nem arra számítanak, hogy a különböző országokban értékesített márkás áruk eltérő összetétellel vagy tulajdonságokkal rendelkeznek. **Következésképpen tartózkodhatnak az áru megvásárlásától, ha tudomásuk lenne arról, hogy az országukban eladásra kínált áru** a tulajdonságai vagy összetétele tekintetében **különbözik** a más országok fogyasztóinak kínált árutól. Ami azonban az élelmiszereket illeti, a JRC 2020. évi tanulmánya kimutatta, hogy **a változatok differenciálása eltérő hatást gyakorolt a fogyasztók vásárlási döntéseire** a vizsgált élelmiszeripari termékek és tagállamok körében. Az élelmiszer-ipari termékek eltérő jellegéről való tájékoztatást követően a fogyasztók egyes esetekben a „hazai” változatokat, más esetekben pedig az élelmiszeripari termékek „külföldi” változatait részesítették előnyben ⁽¹⁸⁰⁾.

⁽¹⁷⁹⁾ A termékek összehasonlítás céljából történő kiválasztásával és mintavételével a Bizottság Közös Kutatóközpontja (JRC) által 2018-ban kidolgozott közös vizsgálati módszertan foglalkozik. Ez az alábbi internetes oldalon érhető el: https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/eu_harmonised_testing_methodology_-_framework_for_selecting_and_testing_of_food_products_to_assess_quality_related_characteristics.pdf

⁽¹⁸⁰⁾ A JRC jelentése, Empirical testing of the impact on consumer choice from the differences in the composition in apparently identical branded products (A látszólag azonos márkás termékek összetételében mutatkozó különbségek fogyasztói döntésekre gyakorolt hatásának empirikus vizsgálata) (2020), amely elérhető az alábbi internetes oldalon: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/empirical-testing-impact-consumer-choice-resulting-differences-composition-seemingly-identical> A jelentés laboratóriumi és online kísérletek segítségével elemezte, hogy a fogyasztóknak a termékek esetében megfigyelhető eltérésekről („az X ország számára készült” kifejezéssel) való tájékoztatása befolyásolja-e a termékváltozat kiválasztását. Az online kísérletben a fogyasztók nem részesítették egyértelműen előnyben a „hazai” vagy nem hazai változatokat, a laboratóriumi kísérletekben viszont a hazai változatokat részesítették előnyben. Az online kísérlet során a fogyasztók 30 ország-termék pár esetében 6 alkalommal hazai, 2 alkalommal a nem hazai termékváltozatot részesítették előnyben. Ezenkívül a fogyasztók 9 esetben a hazai, 8 esetben pedig a nem hazai változatot ítélték meg negatívan. A laboratóriumi kísérlet során a fogyasztók választása a terméktől és az országtól függött, de gyakran az országuknak szánt változatot részesítették előnyben (12 esetből 8 alkalommal).

A JRC jelentése azt is megállapította, hogy a fogyasztók magatartása, miután szembesülnek az áruk különbözőségével, **a különbség mértékétől is függ**. Az átlagfogyasztó üzleti döntését nagyobb valószínűséggel befolyásolja, ha tudja, hogy például az élelmiszerek egy vagy több kulcsfontosságú összetevője vagy azok tartalma jelentősen eltér egymástól⁽¹⁸¹⁾. A nagyobb összetételbeli különbségek nagyobb valószínűséggel eredményeznek eltérő érzékszervi tulajdonságokat, amelyek fontos szerepet játszanak abban, hogy a fogyasztók hogyan ítélik meg az élelmiszerek minőségét. Ugyanakkor fontos azt is hangsúlyozni, hogy **nem az élelmiszerek érzékszervi megítélése az egyetlen olyan tényező, amely befolyásolja a fogyasztók választását**. Előfordulhat például, hogy a fogyasztók az egészségügyi okokból (például allergének) eltérő okokból akarnak kerülni bizonyos típusú összetevőket. A fogyasztók egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak bizonyos áruk vagy összetevők környezetre gyakorolt hatásának, földrajzi származásának, gyártási módjának, kémiai összetételének stb.⁽¹⁸²⁾.

A „jelentős” és „nem jelentős” eltérések szerinti osztályozás nem határozható meg előre például az élelmiszerek egyes összetevői tekintetében. Ehelyett az eltérés „jelentősége” képezte a **„kettős minőséggel” kapcsolatos forgalmazási gyakorlat által az átlagfogyasztóra gyakorolt hatás eseti értékelésének szerves elemét**. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének c) pontja ebben az értelemben használja ezt a fogalmat, vagyis az átlagfogyasztóra gyakorolt hatásnak megfelelően.

Indokolt kivételek

A 6. cikk (2) bekezdésének c) pontja lehetővé teszi a kereskedők számára, hogy (továbbra is) olyan árukat forgalmazzanak azonosként, amelyek összetételükben vagy tulajdonságaikban jelentős mértékben eltérnek, amennyiben ezt **„jogszerű és objektív tényezők” indokolják**. Az (EU) 2019/2161 irányelv (53) preambulumbekkezdése indikatív, nem kimerítő jelleggel felsorol ilyen tényezőket: nemzeti jogszabályok, az alapanyagok elérhetősége vagy szezonális jellege, az egészséges és tápláló élelmiszerekhez való fokozottabb hozzáférésre irányuló önkéntes stratégiák, valamint a kereskedő arra vonatkozó joga, hogy az ugyanazon márka alá tartozó áruit különböző tömegű vagy volumenű kiszerezésekben forgalmazza a különböző földrajzi piacokon.

A nemzeti szabályok valóban olyan **konkrét követelményeket állapíthatnak meg** az egyes országokban értékesített bizonyos típusú élelmiszerek összetételére vonatkozóan, amelyek más tagállamokban nem léteznek. **A nyersanyagok földrajzi és/vagy szezonális hozzáférhetősége** miatt a termékek összetételére és/vagy ízére hatással lévő objektív különbségek is előfordulhatnak a beszerzéstől függően. A kereskedők olyan új recepteket is bevezethetnek az **önkéntes táplálékátalakítási politikák** keretében, amelyek technikailag vagy gazdaságilag nem valósíthatók meg egyidejűleg minden piacon.

Továbbá, mivel az (EU) 2019/2161 irányelv (53) preambulumbekkezdésében említett példák nem kimerítő jellegűek, a különböző tagállamokban forgalmazott áruk differenciálását más objektív tényezők is indokolhatják.

A kereskedők által az áruk megkülönböztetésére vonatkozóan előterjesztett indokolás megalapozottságát eseti alapon kell értékelni. A kereskedőknek bizonyítaniuk kell a kivétel érvényességét. Különösen abban az esetben, ha a kereskedő a termékek nemzeti változatait a helyi fogyasztói preferenciákhoz igazítja, képesnek kell lennie arra, hogy (például gazdasági vagy piaci tanulmányok segítségével) bizonyítsa a fogyasztói preferenciák meglétét, és azt, hogy a termékdifferenciálás valóban megfelel ezeknek a preferenciáknak.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (53) preambulumbekkezdése hangsúlyozza, hogy **azoknak a kereskedőknek, akik jogszerű és objektív tényezők miatt eltérő áruválozatokat forgalmaznak, továbbra is tájékoztatniuk kell erről a fogyasztókat**. Az ilyen tájékoztatás módját a kereskedőkre bízák, de a preambulumbekkezdés kimondja, hogy a kereskedőknek általában előnyben kell részesíteniük az árucímkeken történő tájékoztatás alternatíváit. Ilyen egyéb mód lehet a kiskereskedő telephelyén/az online értékesítési felületeken, a termékhonlapokon (amelyeknek könnyen és közvetlenül elérhetőnek kell lenniük, például a csomagoláson található QR-kód beszkenelésével) vagy a termék reklámozása során történő tájékoztatás. A tájékoztatásnak minden esetben könnyen és közvetlenül hozzáférhetőnek kell lennie az átlagfogyasztó számára, beleértve a kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztókat. Az áruk közötti eltérésről ilyen egyéb módokon megvalósuló aktív és átlátható kommunikáció révén a kereskedők nemcsak tájékoztatják a fogyasztókat, hanem egyértelművé teszik számukra és a nemzeti végrehajtó hatóságok számára, hogy az érintett áruk további forgalmazását a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel összhangban indokoltnak tekintik. Ezen túlmenően az ilyen aktív és átlátható kommunikációhoz kereskedelmi érdeknek is kell fűződnie, különösen akkor, ha az áruk változatai közötti eltérést valóban a nemzeti jogi követelményeknek való megfelelés vagy a fogyasztói tapasztalatok javítása indokolja.

⁽¹⁸¹⁾ A JRC jelentése, 'Differences in composition of seemingly identical branded products: Impact on consumer purchase decisions and welfare' (2020) (A látszólag azonos márkás termékek összetételében mutatkozó különbségek: A fogyasztók vásárlással kapcsolatos döntéseire és a jólétre gyakorolt hatás), amely elérhető az alábbi internetes oldalon: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/differences-composition-seemingly-identical-branded-products-impact-consumer-purchase-decisions-and-welfare> A jelentés megerősítette, hogy a fogyasztókat valószínűleg csak akkor érinti a termékváltozatok különböző országok szerinti differenciálása, ha az összetételbeli különbségeket jelentősnek tekintik.

⁽¹⁸²⁾ Lásd a JRC jelentését: Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of branded food products. Part 2 – Sensory testing' (2021) (A márkás élelmiszeripari termékek minőségi tulajdonságainak uniós összehasonlítása – Eredmények – 2. rész – Érzékszervi vizsgálatok), amely elérhető az alábbi internetes oldalon: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/results-eu-wide-comparison-quality-related-characteristics-branded-food-products-part-2-sensory-testing> A tanulmány arra a következtetésre jutott, hogy az érzékszervi benyomások alapján értékelők nagyobb valószínűséggel ismerték fel a nagyobb összetételbeli különbségeket, a kisebb eltéréseket pedig többnyire nem észlelték.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkének hatálya alá tartoznak a kereskedő azon állításai, amelyek szerint indokolt, hogy az árukat a jelentős eltérések ellenére azonosként forgalmazzák. A 12. cikk előírja, hogy a tagállamoknak fel kell hatalmazniuk a nemzeti bíróságokat és hatóságokat arra, hogy a kereskedőktől bizonyítékot kérjenek a tényállítások helyességéről. Ez a kereskedő differenciálást alátámasztó kereskedelmi állításaira is vonatkozik.

Élelmiszeripari termékek

Az élelmiszerekre vonatkozó uniós jogszabályok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel párhuzamosan alkalmazandók, és a „kettős minőséggel” kapcsolatos esetekben is relevánsak lehetnek, mivel úgy tűnik, főként az élelmiszer-ágazatban fordulnak elő.

Az általános élelmiszerjogról szóló 178/2002/EK rendelet célul tűzte ki az emberi egészség magas szintű védelmét és az élelmiszerekkel összefüggő fogyasztói érdekvédelmet, miközben biztosítja a belső piac hatékony működését. Ez az uniós élelmiszerjog alapja. Meghatározza többek között az (uniós és nemzeti) élelmiszerjog közös alapelveit, valamint az élelmiszer- és takarmányipari vállalkozók kötelezettségeit az élelmiszerek és takarmányok előállításának, feldolgozásának és forgalmazásának valamennyi szakaszában.

Ebben a tekintetben a fogyasztók érdekeinek védelmét az élelmiszerjog általános elveként határozza meg ⁽¹⁸³⁾. Ennek megfelelően az élelmiszerjognak a fogyasztói érdekek védelmét kell szolgálnia, és lehetővé kell tennie a fogyasztott élelmiszerek megfelelő tájékoztatás alapján történő kiválasztását. Mindenekelőtt a következők megelőzésére kell irányulnia: a) csalárd vagy megtévesztő gyakorlatok; b) élelmiszerek hamisítása; és c) a fogyasztót esetlegesen megtévesztő egyéb módszerek alkalmazása.

Emellett általános kötelezettséget ír elő az az élelmiszer- és takarmányipari vállalkozókra az élelmiszerek és takarmányok címkézése, reklámja és kiszerelése tekintetében, beleértve az alakjukat, külsejüket és csomagolásukat, a felhasznált csomagolóanyagokat, az áruk elrendezési módját és bemutatásuk módját, illetve kimondja, hogy a különböző eszközökön keresztül a fogyasztók rendelkezésére bocsátott információk nem vezethetők félre a fogyasztókat ⁽¹⁸⁴⁾. Kizárólag biztonságos élelmiszeripari és takarmánytermékek hozhatók forgalomba az uniós piacon ⁽¹⁸⁵⁾. Végetűl, az élelmiszer- és takarmányipari vállalkozók vállalkozásaik termelő, feldolgozó és forgalmazó tevékenységének minden szakaszában gondoskodniuk kell arról, hogy az élelmiszerek vagy takarmányok megfeleljenek a tevékenységükre vonatkozó élelmiszerjog követelményeinek, és ellenőrizniük kell e követelmények teljesülését ⁽¹⁸⁶⁾.

A fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló 1169/2011/EU rendelet továbbá általános címkézési szabályokat és követelményeket állapít meg, beleértve az összetevők teljes listájának, az egyes összetevők vagy összetevő-kategóriák mennyiségének, az allergénekre vonatkozó információknak, a tápértékjelölésnek stb. a kötelező feltüntetését. Ez lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy teljes körű tájékoztatást kapjanak az élelmiszeripari termékek összetételéről, megakadályozva ezzel az élelmiszerekkel kapcsolatos megtévesztő tájékoztatást. Az élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásnak egyértelműnek, pontosnak és a fogyasztók számára könnyen érthetőnek kell lennie. E célból is a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendelet konkrét követelményeket határoz meg a kötelező adatok feltüntetése, így a minimális betűméret tekintetében.

Az uniós élelmiszerjog átfogó jogi keretet hoz létre, amelynek célja nemcsak a fogyasztók egészségének, valamint társadalmi és gazdasági érdekeinek magas szintű védelme, hanem a biztonságos élelmiszerek szabad mozgásának biztosítása az egységes uniós piacon.

A fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendeletben meghatározott tájékoztatási követelmények a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése értelmében vett „jelentős” információnak minősülnek. Az említett tájékoztatás elmulasztása – egyedi értékelést követően – megtévesztőnek minősülhet, amennyiben valószínűsíthetően befolyásolja az átlagfogyasztó üzleti döntéseit.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv végrehajtásáért felelős nemzeti hatóságok által a „kettős minőséggel” kapcsolatos, potenciálisan megtévesztő végrehajtási gyakorlatok összefüggésében végzett vizsgálat általában a termék összetételére vonatkozó, az uniós élelmiszerjog követelményeinek megfelelően a csomagoláson feltüntetett információkon alapul ⁽¹⁸⁷⁾.

„Kettős minőséggel” kapcsolatos megtévesztő gyakorlatok azonban olyan esetekben is előfordulhatnak, amikor a termék címkéjéről nem derül ki egyértelműen a termék eltérése. Ezekben a helyzetekben az élelmiszerjogért felelős hatóságok ellenőrzik a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendelet és a vonatkozó, az összetételi előírásokat meghatározó termékspecifikus rendeletek tiszteletben tartását. Azokban a tagállamokban, ahol különböző hatóságok felelősek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a releváns élelmiszerjogi jogszabályok végrehajtásáért, ezeknek a hatóságoknak szorosan együtt kell működniük annak biztosítása érdekében, hogy az ugyanazon kereskedőre és/vagy kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó vizsgálataik megállapításai következtetések legyenek.

⁽¹⁸³⁾ Az 178/2002/EK rendelet 8. cikke.

⁽¹⁸⁴⁾ Az 178/2002/EK rendelet 16. cikke.

⁽¹⁸⁵⁾ Az 178/2002/EK rendelet 14. cikke.

⁽¹⁸⁶⁾ A 178/2002/EK rendelet 17. cikkének (1) bekezdése.

⁽¹⁸⁷⁾ Ez volt a helyzet a JRC által 2019-ben elvégzett első, uniós szintű összehasonlító vizsgálat (címke-összehasonlítás) és a 2021-ben kezdődött második vizsgálat esetében.

Más áruk

Mivel a „kettős minőséggel” kapcsolatos megtévesztő gyakorlatok tilalma nem korlátozódik az élelmiszeripari termékekre, és tekintettel az egyéb fogyasztási cikkeket érintő hasonló gyakorlatokkal kapcsolatos aggodalmakra⁽¹⁸⁸⁾, a Bizottság 2021-től kísérleti tanulmányt készít a tisztítószeres, mosószeres és kozmetikumok vonatkozásában. E tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a Közös Kutatóközpont által az élelmiszeripari termékek terén kidolgozott, fent említett közös módszertan kiterjeszthető-e az ilyen termékek összetételének összehasonlítására, illetve a tagállamok illetékes hatóságai, a nem kormányzati szervezetek vagy az ágazat létrehozhatnak-e egy, a „kettős minőséggel” kapcsolatos esetek nyomom követésére szolgáló eszközt.

2.9. 7. cikk – Megtévesztő mulasztások

7. cikk – Megtévesztő mulasztások

(1) 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 üzleti döntéséhez szükséges jelentős információkat hagy ki, és ezáltal – a körülményektől függően – ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan üzleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

(2) Megtévesztő mulasztásnak minősül az is, ha a kereskedő az (1) bekezdésben említett jelentős információt hallgat el, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszzerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, figyelembe véve az említett bekezdésben leírt szempontokat, illetve ha nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és amennyiben ez bármelyik esetben ténylegesen vagy valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan üzleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna.

(3) Amennyiben a kereskedelmi gyakorlatban alkalmazott kommunikációs eszköz térbeli vagy időbeli akadályokat támaszt, ezen akadályokat, illetve minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedő annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak eldöntésekor, hogy fennállt-e mulasztás a tájékoztatás tekintetében.

(4) Vásárlásra való felhívás esetén az alábbiakra vonatkozó információ minősül jelentősnek, amennyiben az a körülményekből nem tűnik ki:

- a) a termék lényeges tulajdonságai, a kommunikációs eszköznek és a terméknek megfelelő mértékben;
- b) a kereskedő postai címe és azonosítási adatai, úgymint kereskedői neve, illetve, adott esetben, annak a kereskedőnek postai címe és azonosítási adatai, akinek a nevében eljár;
- c) az adóval növelt ár, vagy – amennyiben a termék jellegéből adódóan az árat nem lehet előre észszerűen kiszámítani – az ár kiszámításának módja, valamint adott esetben az összes fuvardíj, szállítási, vagy postaköltség, illetve, amennyiben e költségeket nem lehet észszerűen előre kiszámítani, annak a ténynek a feltüntetése, hogy esetlegesen további költségek merülhetnek fel;
- d) a fizetés, a szállítás és a teljesítés feltételei, amennyiben azok eltérnek a szakmai gondosság által támasztott követelményektől;
- e) a visszalépési, valamint az elállási vagy felmondási jogot biztosító termékek és ügyletek esetén ezen jog megléte;
- f) az online piacokon kínált termékek esetében az, hogy a terméket kínáló harmadik fél kereskedő-e vagy sem, a harmadik fél által az online piac szolgáltatója számára adott nyilatkozat alapján.

(4a) Amikor a fogyasztók lehetőséget kapnak arra, hogy különböző kereskedők vagy fogyasztók által kínált termékek esetében kulcsszó, kifejezés vagy más lekérdezés alapján végezzenek keresést, függetlenül attól, hogy az ügyletet végül hol kötik meg, jelentősnek minősül a keresés eredményeit bemutató oldalról közvetlenül és könnyen elérhető online felület egy külön részén rendelkezésre bocsátott, azokra a fő paraméterekre vonatkozó általános információ, amelyek meghatározzák a fogyasztónak a keresés eredményeként megjelenített termékek rangsorát, valamint jelentősnek minősül e paraméterek más paraméterekkel szembeni relatív fontossága. Ez a bekezdés nem vonatkozik az (EU) 2019/1150 európai parlamenti és tanácsi rendelet 2. cikkének 6. pontjában meghatározott onlinekeresőprogram-szolgáltatókra.

⁽¹⁸⁸⁾ Például az egységes piacon forgalmazott termékek kettős minőségéről szóló, 2018. szeptember 13-i európai parlamenti állásfoglalás (HL C 433., 2019.12.23., 191. o.) a nem élelmiszer jellegű termékek – többek között a mosó- és tisztítószeres, a kozmetikumok, a pipercikkek és a csecsemőknek szánt termékek – tekintetében alkalmazott differenciálási gyakorlatokra hivatkozik; az állásfoglalás az alábbi internetes oldalon is elérhető: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0357_HU.html

(5) Jelentősnek minősülnek továbbá a közösségi jog által megállapított, a reklámot és a marketinget is magukban foglaló kereskedelmi kommunikációra vonatkozó tájékoztatási követelmények, amelyek nem teljes körű felsorolását a II. melléklet tartalmazza.

(6) Amennyiben a kereskedő hozzáférést biztosít a termékek fogyasztói értékeléséhez, az arra vonatkozó információt, hogy a kereskedő biztosítja-e és hogyan, hogy a közzétett értékelések olyan fogyasztóktól származnak, akik a terméket ténylegesen használták vagy megvásárolták, jelentősnek kell tekinteni.

2.9.1. Jelentős információ

A 7. cikk (1) és (2) bekezdése nagyon általános jelleggel tevőleges kötelezettséget ró a kereskedőkre, hogy **adjanak meg minden olyan információt, amelyre az átlagfogyasztónak szüksége van a tájékozott vásárlási döntéshez**. A 7. cikk ezt nevezi „**jelentős információnak**”.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem határozza meg a „jelentős információ” fogalmát, kivéve a „vásárlásra való felhívás” konkrét esetében, amellyel a 7. cikk (4) bekezdése foglalkozik (lásd a 2.9.5. szakaszt). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése továbbá azt is tisztázza, hogy jelentősnek minősülnek „az uniós jog által megállapított, a reklámot [...] is magukban foglaló kereskedelmi kommunikációra vonatkozó tájékoztatási követelmények” (lásd az 1.2.2. szakaszt).

Ezzel szemben, ahogy a (15) preambulumbekkezdésben szerepel, amennyiben a tagállamok a közösségi jog által meghatározottakon felül további tájékoztatási követelményeket vezettek be minimumkövetelményekre vonatkozó záradékok alapján, a kiegészítő tájékoztatás elmulasztása nem minősül az ezen irányelv értelmében vett megtévesztő mulasztásnak.

Annak eseti alapon történő vizsgálatához, hogy a kereskedő elmulasztott-e megadni **jelentős információkat**, a nemzeti hatóságoknak és bíróságoknak figyelembe kell venniük az adott kereskedelmi gyakorlat valamennyi jellemzőjét és körülményét, beleértve a kommunikációra használt eszköz korlátait is.

Példa:

- Egy nemzeti hatóság eljárást indított egy kereskedő ellen, aki életbiztosítási termékeket kínált anélkül, hogy a reklámban feltüntetette volna a termékekre vonatkozó jelentős információkat. A kereskedő azt állította, hogy a biztosítási kötvényen szereplő biztosított rokonai a biztosított halála esetén megkapják a biztosítási juttatás teljes összegét. Azonban a kereskedő elmulasztotta tájékoztatni a fogyasztókat arról, hogy ha a biztosított a szerződés első 24 hónapján belül nem baleseti halállal elhalálozik, a rokonok csak korlátozott biztosítási juttatásban részesülnek ⁽¹⁸⁹⁾.
- Néhány összehasonlító eszköz olyan kijelentéseket használ, mint a „legjobb ajánlat”, hogy ezzel azonosítsa nem feltétlenül a legolcsóbb ajánlatokat, hanem azokat, amelyek a legjobb ár-érték arányt kínálják. A „legjobb ajánlat” kijelentés kritériumaira vonatkozó információk elhallgatása a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének értelmében megtévesztő lehet.

2.9.2. Rejtett marketing/a kereskedelmi szándék megnevezésének elmulasztása

A 7. cikk (2) bekezdése értelmében **megtévesztő mulasztásnak minősül, ha egy kereskedő nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját**, ha ez valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv ⁽¹⁹⁰⁾, az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv ⁽¹⁹¹⁾ és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv ⁽¹⁹²⁾ hasonlóképpen lefektet bizonyos követelményeket e tekintetben a kereskedelmi kommunikációk és az elektronikus levelek közvetlen üzletszerzési célú küldésére vonatkozóan. A rejtett marketing egy speciális szempontját a fogyasztók jogairól szóló irányelv 8. cikkének (5) bekezdése is szabályozza.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv 8. cikkének (5) bekezdése

„[...] amennyiben a kereskedő telefonon hívja fel a fogyasztót távollevők közötti szerződés megkötése céljából, a telefonbeszélgetés elején tájékoztatja a fogyasztót azonosító adatairól, adott esetben azon személy azonosító adatairól, akinek a nevében telefonál, valamint a telefonhívás kereskedelmi céljáról.”

⁽¹⁸⁹⁾ A Lengyel Verseny- és Fogyasztóvédelmi Hivatal DDK 7/2014 sz. határozata.

⁽¹⁹⁰⁾ 2000/31/EK irányelv.

⁽¹⁹¹⁾ 2010/13/EU irányelv.

⁽¹⁹²⁾ 2002/58/EK irányelv.

Míg ezek a rendelkezések konkrét kereskedelmi gyakorlatokra vagy ágazatokra összpontosítanak, a 7. cikk (2) bekezdésének hatálya **általános és tágabb, és bármely kereskedelmi gyakorlatra alkalmazható.**

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy kereskedő ellen, aki összejövelekre hívta meg a fogyasztókat, hogy ott ingyenes egészségügyi vizsgálatot kínáljon számukra a „Törődöm a egészségemmel” program részeként. A kereskedő elmulasztotta közölni, hogy az összejövétel fő célja a termékek bemutatása a fogyasztóknak történő értékesítés céljából⁽¹⁹³⁾.

A 7. cikk (2) bekezdésén túl a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv minden körülmények között tilt bizonyos konkrét, a kereskedelmi szándék elhallgatását érintő gyakorlatokat.

Az **I. melléklet 11. pontja** tiltja az „**írott és elektronikus sajtóban szerkesztői tartalom** használatát 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 („adveritorial”, szerkesztői reklám)”.

Példa:

Egy vezető újság szövetkezett egy távközlési szolgáltatóval, amely „A digitális élet” cím alatt az újság egy adott rovatát finanszírozza. Ez a rovat és annak összes anyaga, beleértve a távközlési szolgáltató által bevezetendő termékek reklámjait, az újság szerkesztői tartalmaként jelenik meg; a nyilvánosságot a bemutatott anyagok kereskedelmi jellegéről csak a diszkréten feltüntetett „együttműködésével” szöveg tájékoztatta, amely után ott állt a telekommunikációs szolgáltató védjegye. Megállapítást nyert, hogy ez a gyakorlat sérti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 11. pontját⁽¹⁹⁴⁾.

Az **I. melléklet 22. pontja** tiltja annak valótlan állítását, vagy olyan hamis benyomás keltését, hogy a kereskedő **nem a saját kereskedésével**, vállalkozásával, mesterségével vagy szakmájával **kapcsolatos célból jár el**, vagy **a hamis módon fogyasztóként való fellépését**.

A 7. cikk (2) bekezdése az I. melléklet 11. és 22. pontjával együtt különösen releváns lehet az online kereskedők szempontjából (lásd a közösségi médiáról szóló 4.2.5. szakaszt és a véleményformáló marketingről szóló 4.2.6. szakaszt).

2.9.3. Jelentős információ homályos módon történő rendelkezésre bocsátása

A 7. cikk (2) bekezdésével összhangban megtévesztő mulasztásnak minősül, ha a kereskedő a jelentős információkat „homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre”, ha ez valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan üzleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Példa:

- Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy egy kereskedő megszegte a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkét azzal, hogy fogyasztóit homályos, félreérthető és nem megfelelően érthető módon tájékoztatta jogairól. A kereskedő a vonatkozó kormányrendelet teljes szövegével tájékoztatta a fogyasztókat az elállási jogukról. A bíróság megállapította, hogy a szöveg számos, a szóban forgó szerződésekre nem vonatkozó rendelkezést tartalmazott, és a kormányrendelet teljes szövegének megadása nem minősült olyan tájékoztatásnak, amely révén a fogyasztók számára közérthetően és pontosan ismertté váltak volna a szerződéstől való elállási jogra irányadó feltételek⁽¹⁹⁵⁾.
- Egy telefonszolgáltató a tévében mobiltelefon-előfizetést reklámozott a konkrét árelőny kiemelésével, miközben az ajánlat megkötéseit és feltételeit csak apró betűvel és nagyon rövid ideig jelenítette meg a képernyőn. Megállapítást nyert, hogy a használt kommunikációs eszközre (TV) jellemző korlátozott hely és idő ellenére semmi sem akadályozta, hogy a kereskedő egyértelműbben tüntessen fel ilyen jelentős tényeket. Ezért a jelentős információk kihagyása miatt a reklám megtévesztőnek minősült⁽¹⁹⁶⁾.

⁽¹⁹³⁾ A Lengyel Verseny- és Fogyasztóvédelmi Hivatal RPZ 6/2015. sz. határozata.

⁽¹⁹⁴⁾ Årenden 2016/53. és 2015/1000.

⁽¹⁹⁵⁾ A Győri Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság K. 27.272/2014. sz. határozata.

⁽¹⁹⁶⁾ KKO 2011:65.

- A jelentős információk egyértelmű, érthető és kellő időben történő megadására vonatkozó követelmény megsérthető abban az esetben, ha egy online kereskedő egy adott tagállam fogyasztóit célozza meg, és a jelentős információk egy részét az adott ország nyelvén bocsátja rendelkezésre, de más jelentős információkat csak egy másik nyelven tesz elérhetővé⁽¹⁹⁷⁾, például az általános szerződési feltételekben⁽¹⁹⁸⁾. Ilyen esetekben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazása kiegészítő jellegű, és nem érinti az egyéb uniós jogszabályokkal összhangban előírt konkrét nyelvi követelményeket, például a 2011/83/EU irányelvben a távollevők között és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződésekben szereplő szerződéses információkra vonatkozóan biztosított szabályozási lehetőséget (lásd a fogyasztók jogairól szóló irányelvre vonatkozó iránymutató közlemény 4.1.8. szakaszát).

2.9.4. Ténybeli körülmények és a használt kommunikációs eszköz korlátai

A 7. cikk (1) bekezdése kiemeli, hogy annak vizsgálata érdekében, hogy egy kereskedelmi gyakorlat megtévesztő-e, azt mérlegelni kell a „ténybeli körülmények alapján – figyelembe véve annak valamennyi jellemzőjét és feltételét, valamint **kommunikációs eszközeinek korlátait** is”.

A 7. cikk (3) bekezdését a 7. cikk (1) bekezdésével együtt kell olvasni. A 7. cikk (3) bekezdése értelmében annak vizsgálatakor, hogy történt-e mulasztás a jelentős információkkal kapcsolatban, figyelembe kell venni:

- az alkalmazott kommunikációs eszköz **térbeli vagy időbeli akadályait**;
- minden **olyan intézkedést, amelyet a kereskedő** annak érdekében **tett**, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz.

A fenti rendelkezések a 7. cikk valamennyi bekezdésére vonatkoznak. Továbbá a 7. cikk (4) bekezdésének bevezető része értelmében vásárlásra való felhívás esetén a kereskedőknek nem kell rendelkezésre bocsátaniuk **a körülményekből már kitűnő információkat**.

A Bíróság egyértelművé tette, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1) és (3) bekezdésében szereplő megtévesztő mulasztás értékelésekor figyelembe kell venni a fent említett tényezőket, még akkor is, ha ez nem következik kifejezetten a szóban forgó nemzeti jogszabály szövegéből, hanem például az előkészítő anyagokban található meg⁽¹⁹⁹⁾.

Ugyanebben az ügyben a Bíróság azt is megállapította, hogy az alkalmazott kommunikációs eszköz által meghatározott térbeli és időbeli korlátokat össze kell vetni a szóban forgó termék jellegével és tulajdonságaival. Erre annak értékeléséhez van szükség, hogy vajon a kereskedő nem volt-e abban a helyzetben, hogy az információkat feltüntesse vagy világosan szerepeltesse. Ha egy termékkel kapcsolatban lehetetlen minden jelentős információt feltüntetni, a kereskedő a terméken hivatkozhat a honlapjára. A honlapnak azonban tartalmaznia kell a termék alapvető tulajdonságaira, az árra és a 7. cikkben előírt egyéb feltételekre vonatkozó információkat⁽²⁰⁰⁾.

A 7. cikk (2) bekezdésével összhangban megtévesztő mulasztásnak minősül, ha a kereskedő a jelentős információkat „homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre”, ha ez valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Példa:

Egy telefonszolgáltató a tévében mobiltelefon-előfizetést reklámozott a konkrét árelőny kiemelésével, miközben az ajánlat megkötéseit és feltételeit csak apró betűvel és nagyon rövid ideig jelenítette meg a képernyőn. Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy a használt kommunikációs eszközre (TV) jellemző korlátozott hely és idő ellenére semmi sem akadályozta, hogy a kereskedő egyértelműbben tüntessen fel ilyen jelentős tényeket. Ezért a jelentős információk kihagyása miatt a reklám megtévesztőnek minősült⁽²⁰¹⁾.

A 7. cikk (4) bekezdésének a) pontja azt is kimondja, hogy a vásárlásra való felhívásokban figyelembe kell venni a „kommunikációs eszközt és terméket” annak tisztázásakor, hogy a termék **lényeges tulajdonsága** a jelentős információk tekintendő elemek közé tartozik-e.

⁽¹⁹⁷⁾ Az átlagfogyasztó ügyleti döntésére gyakorolt hatást a nemzeti bíróságok és hatóságok értékelik. Például egy olyan tagállamban, ahol a fogyasztók általában értik az angol nyelvet, még akkor is, ha az idegen nyelv, bizonyos információk csak angol nyelven történő megadása nem feltétlenül jelent megtévesztő mulasztást.

⁽¹⁹⁸⁾ Az általános szerződési feltételek értékelése a 93/13/EGK irányelv alapján történik (lásd még a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel való kölcsönhatásról szóló 1.2.4. szakaszt).

⁽¹⁹⁹⁾ A Bíróság 2016. október 26-i ítélete, Canal Digital Danmark A/S, C-611/14, 29. és az azt követő pontok.

⁽²⁰⁰⁾ A Bíróság 2016. október 26-i ítélete, Canal Digital Danmark A/S, C-611/14, 62. és 63. pont.

⁽²⁰¹⁾ KKO 2011:65.

A Ving Sverige ügyben a Bíróság megállapította, hogy „*elegendő lehet a termék meghatározott lényeges tulajdonságait megadni és a további adatokkal kapcsolatban a kereskedő internetes oldalára hivatkozni, amennyiben ezen az oldalon alapvető jelentőségű információk találhatók a termék lényeges tulajdonságaira, árára és az említett irányelv 7. cikk ének követelményei szerinti egyéb feltételekre vonatkozóan.*”⁽²⁰²⁾

Tekintettel ezek jelentőségére a fogyasztók vásárlási döntése szempontjából, a termék **teljes árára és lényeges tulajdonságaira** vonatkozó információkat kiemelten kell megjeleníteni.

Példa:

Egy nemzeti bíróság megtévesztőnek minősített egy szórólapot, amely azt állította, hogy a fogyasztók az akciós hitelkártya használatával a vásárlásaik 3 %-át megtakarítják. A bíróság megállapította, hogy a szórólapon szereplő általános kijelentés a fogyasztókkal elhitette, hogy a megtakarítás a hitelkártyával való minden vásárlásra érvényes, pedig a valóságban komoly korlátozások voltak érvényben. Ezeket a korlátozásokat csak a szerződési feltételek rögzítették: ezt nem tekintették elegendőnek, mivel a kereskedő elhallgatott a reklámozott termékkel kapcsolatos jelentős információkat⁽²⁰³⁾.

Egy termék **lényeges tulajdonságaival** kapcsolatosan előírt információk általános mértékét a vásárlásra való felhívás körülményei, a termék tipológiája és az alkalmazott kommunikációs eszköz alapján kell megvizsgálni.

2.9.5. *Jelentős információk a vásárlásra való felhívásban – 7. cikk (4) bekezdés*

Felhívás vásárlásra

2. cikk i) pont

„*felhívás vásárlásra*”: a termék tulajdonságait és árát az alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszköznek megfelelően feltüntető kereskedelmi kommunikáció, amely ezáltal lehetővé teszi a fogyasztó számára a vásárlást;

A „**vásárlásra való felhívásokkal**” kapcsolatban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdése bizonyos információkat „*jelentősnek*” tekint. Ez azt jelenti, hogy a kereskedőnek meg kell adnia ezeket az információkat a fogyasztóknak, ha azok a körülményekből nem derülnek ki.

A „*termék tulajdonságai*” változatlanul jelen vannak, amint szóbeli vagy vizuális utalás történik a termékre. Egy ettől eltérő értelmezés arra ösztönözhetné a kereskedőket, hogy általános termékleírást biztosítsanak vagy kereskedelmi ajánlataikból információkat hagyjanak ki a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésében előírt tájékoztatási követelményeket kikerülése céljából.

A 2. cikk i) pontjában szereplő fogalom meghatározás utolsó része („*és ezáltal lehetővé teszi a fogyasztó számára a vásárlást*”) nem írja elő, hogy a kereskedelmi kommunikáció a tényleges vásárlás céljából mechanizmust (például telefonszámot vagy kupont) biztosítson a fogyasztó számára. Azt jelenti, hogy a termékmarketingben nyújtott tájékoztatásnak **elegendőnek kell lennie ahhoz, hogy a fogyasztó eldönthesse, hogy megveszi-e az adott terméket az adott áron.**

A Ving Sverige ügyben a Bíróság a következőt állapította meg:

„*A fentiekből következik, hogy ahhoz, hogy valamely kereskedelmi kommunikáció vásárlásra való felhívásnak minősülhessen, nem szükséges, hogy magában foglalja a vásárlás konkrét lehetőségét, vagy ilyen lehetőség közelében vagy alkalmával jelenjen meg.*”⁽²⁰⁴⁾

A **vásárlásra való felhívás a reklámnál szűkebb fogalom**, és nem minden kereskedelmi kommunikáció minősül a 2. cikk i) pontja értelmében vett vásárlásra való felhívásnak.

A **vásárlásra való felhívás azonban a szerződéskötést megelőző tájékoztatásnál tágabb fogalom**. Míg a szerződést megelőző tájékoztatási követelmény olyan tájékoztatásra utal, amelyet az előtt kell megadni, hogy a fogyasztó szerződést kötne, a vásárlásra való felhívás nem feltétlenül foglalja magában azt, hogy a fogyasztó következő lépése a kereskedővel történő szerződéskötés lesz.

Példa:

Egy termék tulajdonságait és árát tartalmazó rádióreklám vásárlásra való felhívás, azonban rendszerint nem minősül szerződéskötést megelőző tájékoztatásnak.

⁽²⁰²⁾ A Bíróság 2011. május 12-i ítélete, Konsumentombudsmannen kontra Ving Sverige AB, C-122/10, 59. pont.

⁽²⁰³⁾ Audiencia Provincial de Madrid Sentencia n° 270/2014. Hasonló következtetésekre jutott a spanyol bíróság a Juzgado de lo Mercantil de Madrid Sentencia n° 704/2012. sz. ügyben is.

⁽²⁰⁴⁾ A Bíróság 2011. május 12-i ítélete, Konsumentombudsmannen kontra Ving Sverige AB, C-122/10, 32. pont.

Ez a megkülönböztetés különösen fontos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a fogyasztók jogairól szóló irányelv közötti kölcsönhatás viszonylatában. A kereskedelmi kommunikációk széles köre rendszerint vásárlásra való felhívásnak minősülne.

Példa:

- Egy légitársaság honlapja a járatok és árak feltüntetésével.
- Postai megrendelésre vonatkozó reklám ⁽²⁰⁵⁾.
- Szupermarket szórólapja, amely bizonyos termékeket kedvezményes áron hirdet.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a kereskedőkre bízta annak megválasztását, hogy kereskedelmi kommunikációjukban feltüntetik-e az árat vagy sem. Az a kereskedelmi kommunikáció vagy reklám, amely tartalmazza egy termék vagy szolgáltatás jellegének, tulajdonságainak és előnyeinek kimerítő leírását, **az árát azonban nem, nem tekinthető „vásárlásra való felhívásnak”** a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikke i) pontjának alkalmazásában. A vásárlásra való felhívásnak nem minősülő kereskedelmi kommunikációra példa az olyan hirdetés, amely a kereskedő „márkáját” hirdeti egy adott termék helyett (azaz a márka reklámozása).

Példa:

Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy nem minősül vásárlásra való felhívásnak az a reklám, amely arra hívja fel a fogyasztót, hogy keressen fel egy honlapot egy biztosítási ajánlathoz ⁽²⁰⁶⁾.

Jelentős információ

A 7. cikk (4) bekezdése számos jelentősnek minősített tájékoztatási követelményt sorol fel. Ennek az a célja, hogy ezen a kritikus ponton maximális jogbiztonságot biztosítson a fogyasztók számára ⁽²⁰⁷⁾. A 7. cikk (4) bekezdése biztosítani kívánja, hogy amikor a kereskedők kereskedelmi ajánlatot tesznek, akkor ezzel egyidejűleg, érthető és egyértelmű módon, **elegendő információt bocsássonak rendelkezésre ahhoz, hogy a fogyasztó tájékozott döntést hozhasson a vásárlásról**, kivéve, ha **ez az információ a kontextusból már nyilvánvaló**.

A 7. cikk (4) bekezdésében előírt fogyasztói tájékoztatás hiánya a vásárlásra való felhívás esetében **megtévesztő mulasztásnak** minősül, ha valószínűsíthetően ahhoz vezet, hogy az átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hoz, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

A Bíróság egyértelművé tette, hogy a 7. cikk (4) bekezdése kimerítően felsorolja azokat a jelentős információkat, amelyeket a vásárlásra való felhívásnak tartalmaznia kell. Ugyanakkor az, hogy a kereskedő a 7. cikk (4) bekezdésében felsorolt valamennyi információt feltünteti, nem zárja ki, hogy a vásárlásra való felhívás a 6. cikk (1) bekezdése vagy a 7. cikk (2) bekezdése értelmében megtévesztő gyakorlatnak minősüljön ⁽²⁰⁸⁾.

Ugyanakkor annak érdekében, hogy **a kereskedőket ne sújtsák felesleges vagy aránytalan tájékoztatási teherrel**, a 7. cikk (4) bekezdésének előírásai nem statikusak, és a helyzettől függően különböző információkat írnak elő. Különösen a 7. cikk (1), (3) és (4) bekezdésében tett pontosításokból következik, hogy – az előző szakaszban foglaltaknak megfelelően – figyelembe kell venni a ténybeli körülményeket és a használt kommunikációs eszköz korlátait.

A Verband Sozialer Wettbewerb ügy egy platform reklámjával foglalkozott, amely olyan különböző termékeket mutatott be, amelyeket nem maga a platform, hanem a platformon értékesítő harmadik felek kínálnak ⁽²⁰⁹⁾. A piactér lehetővé tette a kereskedők és a vevők, köztük a fogyasztók közötti szerződéskötést. A Bíróság egyértelművé tette, hogy a reklám értékelhető a 7. cikk (4) bekezdése alapján, különösen annak ellenőrzése céljából, hogy minden jelentős információt megadtak-e, mint például az egyes termékeket kínáló kereskedők nevét, figyelembe véve ugyanakkor **a térbeli akadályokat és az ügy egyéb sajátos körülményeit**. A Bíróság azt is tisztázta, hogy fennállhatnak olyan, a 7. cikk (3) bekezdése szerinti térbeli akadályok, amelyek indokolhatják egyes kereskedők postai címének és azonosítási adatainak elhagyását. Ezeket az információkat azonban a platformhoz való hozzáférést követően egyszerűen és gyorsan meg kell adni ⁽²¹⁰⁾.

⁽²⁰⁵⁾ Például egy magazinban szereplő reklám pólók értékesítésére hívja fel a figyelmet. A rendelkezésre álló pólók ára és mérete szerepel a reklámban, a reklám alsó felében található kitölthető megrendelőlapot pedig a pénzzel együtt közvetlenül el lehet küldeni a kiskereskedőknek.

⁽²⁰⁶⁾ Antwerpeni Kereskedelmi Bíróság, 2008. május 29., Federatie voor verzekerings- en financiële tussenpersonen v ING Insurance Services NV és ING België NV.

⁽²⁰⁷⁾ A (14) preambulum bekezdés tisztázza, hogy „A mulasztások tekintetében ez az irányelv meghatározott számú, kulcsfontosságú információt határoz meg, amelyre a fogyasztónak szüksége van a tájékozott ügyleti döntés meghozatalához...”.

⁽²⁰⁸⁾ A Bíróság 2016. október 26-i ítélete, Canal Digital Danmark A/S, C-611/14, 71. pont.

⁽²⁰⁹⁾ A Bíróság 2017. március 30-i ítélete, Verband Sozialer Wettbewerb, C-146/16. sz.

⁽²¹⁰⁾ Ugyanott, 28-30. pont.

A 7. cikk (4) bekezdésének a) pontja kifejezetten tisztázza, hogy annak vizsgálatakor, hogy a termék **lényeges tulajdonsága** tekintetében történt-e jelentős információkkal kapcsolatos mulasztás, figyelembe kell venni a *kommunikációs eszközt és terméket*.

Annak megállapítása, hogy mi minősül egy termék lényeges tulajdonságának, így az érintett **terméktől** és attól **függ**, hogy mi tekinthető „megfelelőnek”, **tekintettel arra, hogy** a kereskedő **milyen „kommunikációs eszközt”** használt a kereskedelmi kommunikációra.

Az áruk lényeges tulajdonságaira vonatkozó információk már a megjelenésükön, csomagolásukon vagy címkézésükön látszódnak, amelyeket a fogyasztó az értékesítéskor megtekinthet. Az összetettebb áruk esetében előfordulhat, hogy az üzletben a termék leírására szolgáló címkéken vagy az online oldalakon további információkat kell megadni a lényeges tulajdonságok megállapításához.

Ezen utóbbi termék **tulajdonságait és azokat a korlátozó feltételeket, amelyeket az átlagfogyasztók általában nem várnak el** az adott termék kategóriától vagy terméktípustól, különösen közölni kell a fogyasztóval, mivel ezek különösen alkalmasak arra, hogy befolyásolják üzleti döntéseiket. Ilyen tulajdonságok lehetnek például a szolgáltatás időtartamának vagy jellegének és teljesítményének korlátozása (például a **száloptikás** internet típusa), vagy az áruk konkrét összetétele vagy specifikációja (például a drágakövek, például gyémántok **szintetikus** eredete).

A **biztonsági figyelmeztetések** – eseti megítéléstől függően – egy terméknek a 7. cikk (4) bekezdése értelmében vett lényeges tulajdonságát képezhetik. Jelenleg a termékbiztonságra vonatkozó ágazati uniós jogszabályok rendszerint előírják, hogy a kereskedők magán a terméken és/vagy annak csomagolásán tüntessék fel a biztonságra vonatkozó tájékoztatást. Online értékesítések esetében ezért nehéz lehet a fogyasztók számára valóban tájékozott üzleti döntést hozni abban az esetben, ha az adott honlapon nem szerepel olvashatóan a terméken/csomagoláson szereplő címke. E megközelítés alól fontos kivételt tartalmaz a játékok biztonságáról szóló 2009/48/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽²¹¹⁾ 11. cikkének (2) bekezdése, amely kifejezetten előírja, hogy a játékokra vonatkozó biztonsági figyelmeztetéseknek, például a használók minimális és maximális életkorának, a vásárlás előtt egyértelműen láthatónak kell lenniük abban az esetben is, ha online vásárlásról van szó. A legtöbb egyéb termék esetében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazható jogalként annak előírására, hogy a kereskedőknek, különösen a termékek online reklámozásakor, tájékoztatniuk kell a fogyasztókat azokról a biztonsági szempontokról, amelyek – a termék jellegének figyelembevételével – a 7. cikk (4) bekezdése szerinti lényeges tulajdonságnak minősülhetnek.

A 7. cikk (4) bekezdésének b) pontja értelmében **megettvesztő mulasztásnak minősülhet**, ha a kereskedő elmulasztja tájékoztatni a fogyasztókat a **postai címéről és azonosítási adatairól**.

Példa:

Egy online társkereső szolgáltatást érintő ügyben egy nemzeti bíróság elrendelte, hogy a kereskedő közvetlenül és folyamatosan tegye közzé nevét, címét, regisztrációs számát és e-mail-címét vonatkozó adatait, ha az interneten nyújtott szolgáltatásait reklámozza. A bíróság megállapította, hogy az, hogy a kereskedő nem tette közzé pontos címet vagy e-mail-címét a honlapján, **megettvesztő mulasztásnak minősül, amely valószínűsíthetően arra készteti a fogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg** (212).

Másrészről viszont a kereskedő személyazonosságára vonatkozó adatok megadásának elmulasztása néhány esetben a 7. cikk (4) bekezdése alkalmazásában úgy tekinthető, hogy **kitűnik a körülményekből**.

Példa:

- Egy olyan üzlet vagy étterem címe, amelyben a fogyasztó adott pillanatban tartózkodik.
- Online üzletek esetében az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 5. cikke előírja a kereskedők számára, hogy **könnyen, közvetlenül és folyamatosan hozzáférhetővé** tegyék nevüket, címüket és egyéb adataikat, beleértve az elektronikus levelezési címüket. Ezen túlmenően az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 10. cikke alapján bizonyos információkat (például a szerződés hivatalos megkötése előtt elvégzendő különféle technikai lépéseket) szintén a megrendelést megelőzően kell megadni.

Egyedi vizsgálat alapján a kereskedő **kereskedelmi nevének** közzététele elegendő lehet a **kereskedő személyazonosságára** vonatkozóan a 7. cikk (4) bekezdésének b) pontjában foglalt követelmény teljesítéséhez. A **hivatalos nevet** fel kell tüntetni az értékesítésre vonatkozó szerződési feltételekben, ez azonban nem feltétlenül minősül a 7. cikk (4) bekezdése szerinti jelentős információknak.

⁽²¹¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2009. június 18-i 2009/48/EK irányelve a játékok biztonságáról (HL L 170., 2009.6.30., 1. o.).

⁽²¹²⁾ MD 2015:2, 2015. március 9.

Példa:

Reklámanyagában egy gyorsétteremnek nem kell feltüntetnie jogi formáját (Bt., Kft., Zrt., Nyrt. stb.).

A 7. cikk (4) bekezdésének b) pontjában foglalt követelményen túl a fogyasztók jogairól szóló irányelv további tájékoztatási követelményeket ír elő a kereskedő **kapcsolati adataira** vonatkozóan, különösen az 5. cikk (1) bekezdésében (üzlethelyiségen belüli értékesítés) és a 6. cikk (1) bekezdésében (üzlethelyiségen kívüli és a távollevők közötti értékesítés).

Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 5. cikke (1) bekezdésének c) pontja előírja, hogy az online szolgáltatóknak hozzáférhetővé kell tenniük a szolgáltatás igénybe vevői és az illetékes hatóságok számára „a szolgáltató elérhetőségére vonatkozó, a szolgáltatóval való gyors kapcsolatfelvételt, valamint a közvetlen és hatékony kommunikációt lehetővé tevő adatokat, ideértve **elektronikus levelezési címét**”.

Ezért az online kereskedők e-mail-címe a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése értelmében jelentős információnak minősülhet. Ennek az információnak könnyen megtalálhatónak (vagyis ne csak az általános szerződési feltételekben szerepeljen), illetve közvetlenül és folyamatosan hozzáférhetőnek kell lennie.

Továbbá az általános adatvédelmi rendelet értelmében az adatkezelő köteles az érintettnek megadni bizonyos kötelező információkat, többek között az adatkezelő és képviselőjének, ha van ilyen, személyazonosságát (és elérhetőségét) (kivéve, ha az érintett már rendelkezik ezekkel az információkkal).

A 7. cikk (4) bekezdésének c) pontja előírja a kereskedő számára, hogy a vásárlásban való felhívásában tüntesse fel a **teljes (vagy végső) árat**. Ennek tartalmaznia kell az összes alkalmazandó adót (például héa) és költséget. A **végső árnak** tartalmaznia **kell** azokat az alkalmazandó **költségeket és adókat**, amelyek az ajánlat közzétételkor elkerülhetetlenek és előre láthatóak. Amennyiben a termék jellegéből adódóan az árat nem lehet előre észszerűen kiszámítani, a fogyasztókat megfelelően tájékoztatni kell az ár kiszámításának módjára, valamint adott esetben az összes fuvardíjra, szállítási vagy postaköltségre vonatkozóan, illetve, amennyiben e költségeket nem lehet észszerűen előre kiszámítani, arról a tényről, hogy esetlegesen további költségek merülhetnek fel (lásd még a fogyasztók jogairól szóló irányelv 5. cikkének (1) bekezdését és 6. cikkének (1) bekezdését).

A Canal Digital Danmark ügyben hozott ítéletében a Bíróság megállapította, hogy ha a kereskedő **az előfizetés árát úgy tünteti fel, hogy a fogyasztónak havi díjat és féléves díjat is kell fizetnie**, e gyakorlatot a 7. cikk értelmében megtévesztő mulasztásnak kell tekinteni abban az esetben, ha a havi díjat különösen kiemelik a kereskedelmi gyakorlatban, míg a féléves díjat egyáltalán nem vagy csak kevésbé észrevehető módon tüntetik fel, ha ez ténylegesen arra készteti az átlagfogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg ⁽²¹³⁾.

Példa:

- Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy távközlési szolgáltató ellen, aki nem tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy a nyújtott szolgáltatások igénybevételéhez aktiválási díjat kell fizetniük. A fogyasztókat erről a díjról csak a szerződés megkötése után tájékoztatták ⁽²¹⁴⁾.
- Egy fogyasztóvédelmi hatóság közigazgatási bírságot szabott ki egy távközlési szolgáltatóra, aki díjat számított fel olyan szolgáltatások nyújtásáért, amelyet a vállalat nem tudott biztosítani, és erről a fogyasztókat nem tájékoztatta ⁽²¹⁵⁾.
- Egy nemzeti bíróság helyben hagyta egy önkormányzat határozatát, amely bírságot szabott ki egy internetszolgáltatóra, amely a kereskedelmi ajánlataiban elmulasztotta feltüntetni a szolgáltatásainak teljes árát, nevezetesen nem tüntette fel a hálózati díjakat és adókat ⁽²¹⁶⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésének c) pontja értelmében az „**alsó árak**” alkalmazása, vagyis az ár egy konkrét minimális összegtől való feltüntetése, akkor megengedett, ha a termék jellegéből adódóan az árat nem lehet „észszerűen előre kiszámítani”.

⁽²¹³⁾ A Bíróság 2016. október 26-i ítélete, Canal Digital Danmark, C-611/14, 46–49. pont.

⁽²¹⁴⁾ RBG 38/2014. sz. határozat.

⁽²¹⁵⁾ 2015. július 16. – A Stoppa Telefonförsaljning Limiteddel kapcsolatos közigazgatási határozat.

⁽²¹⁶⁾ Tribunal Superior de Justicia de Madrid Sala de lo Contencioso Administrativo Sección 10, No 112/2014.

Példa:

Egy utazási iroda adott járatokra és szervezett utazásokra vonatkozó árait „-tól” árként tüntette fel. Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv mindaddig nem zárja ki az alsó árak alkalmazását, amíg a rendelkezésre bocsátott információk megfelelnek az irányelv követelményeinek, figyelembe véve a valós eset körülményeit. Kimondta, hogy „[e]zért az alsó árra való hivatkozás csak azokban az esetekben lehet indokolt, amikor az árat nem lehet előre észszerűen kiszámolni, figyelemmel többek között a termék jellegére és tulajdonságaira.”⁽²¹⁷⁾

A legalacsonyabb árak azonban bizonyos termékekre alkalmazandó **valós árak** kell lennie a hirdetésnek megfelelően.

Példa:

Egy vállalat eladó lakásokat hirdetett azzal a kijelentéssel, hogy „Olcsóbb, mint gondolná. Már 2 150 EUR/négyzetmétertől”. Azonban kiderült, hogy a feltüntetett áron nem volt eladó lakás. A feltüntetett ár nem tartalmazta továbbá a héát. Ezt a kereskedelmi gyakorlatot egy fogyasztóvédelmi hatóság megtévesztőnek minősítette⁽²¹⁸⁾.

Azok a kereskedelmi gyakorlatok, amelyek esetében a kereskedők nem létező árakat reklámoznak, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 5. és 6. pontjait is sérthetik, mivel csalogató reklámnak (5. pont) vagy bait-and-switch reklámnak (6. pont) minősülhetnek.

A 7. cikk (4) bekezdésének d) pontja értelmében a kereskedők kötelesek tájékoztatást adni a **fizetés, a szállítás és a teljesítés feltételeiről**, amennyiben azok eltérnek a szakmai gondosság által támasztott követelményektől. Ez azt jelenti, hogy az ilyen információkat csak akkor kell feltüntetni, ha ezek a feltételek hátrányosan érintik a fogyasztót a kereskedő által a fogyasztótól észszerűen elvárható szakismerethez és gondossághoz képest.

Az (EU) 2019/2161 irányelv módosításai nyomán törölték azt a követelményt, hogy tájékoztatást kell nyújtani a **panaszkezelési politikáról**. Ez az információ a szerződéskötést megelőző szakaszban a legrelevánsabb, amelyet a fogyasztók jogairól szóló irányelv már szabályoz, ezért erre a követelményre nem volt szükség a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében a hirdetési szakaszban történő vásárlásra való felhívás vonatkozásában.

A 7. cikk (4) bekezdésének e) pontja értelmében adott esetben az **elállási vagy felmondási jog meglétét** is meg kell említeni a vásárlásra való felhívásokban. E követelmény értelmében a kereskedőknek csak az ilyen jogok meglétéről kell tájékoztatniuk a fogyasztókat, azaz nem kell részletezniük e jogok gyakorlásának feltételeit és a kapcsolódó eljárásokat.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv több szabályt fektet le a szerződéskötést megelőzően a fogyasztó rendelkezésére bocsátandó tájékoztatást illetően, például az elektronikus kereskedelmi honlapokon, az eladó által tett látogatások során vagy egy értékesítési célú telefonhívás alkalmával (az 5. cikk (1) bekezdésének d) pontja és a 6. cikk (1) bekezdésének g) pontja).

Ez az irányelv például előírja a kereskedő számára a „teljes árra” vonatkozó tájékoztatást még az előtt, hogy a fogyasztó aláírja a szerződést (az 5. cikk (1) bekezdésének c) pontja és a 6. cikk (1) bekezdésének e) pontja). Ezenkívül a fogyasztó jogosult minden olyan plusz költség visszatérítésére, amelyekhez nem adta kifejezett hozzájárulását, de a kereskedő alapértelmezett opciók alkalmazása útján, például „előre kipipált jelölőnégyzetek” használatával, erre következtetett (22. cikk).

A távollevők között és üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében a kereskedő köteles tájékoztatást adni az elállási jog gyakorlásának feltételeiről, időbeli korlátozásáról és eljárás módjáról. Továbbá rendelkezésre kell bocsátania a fogyasztók jogairól szóló irányelv I. mellékletének B. pontjában szereplő elállásnyilatkozat-mintát (a 6. cikk (1) bekezdésének h) pontja).

A 7. cikk (4) bekezdésének f) pontjában, valamint (4a) és (6) bekezdésében foglalt, az **online piacokra, a keresési eredmények** átláthatóságára és a **felhasználói értékelésekre** vonatkozó kötelezettségeket a 4.2. szakasz tárgyalja.

⁽²¹⁷⁾ A Bíróság 2011. május 12-i ítélete, Konsumentombudsmannen kontra Ving Sverige AB, C-122/10, 64. pont.

⁽²¹⁸⁾ RWA-25/2010 sz. határozat, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura w Warszawie, 2010. december 28., Eko-Park S.A.

2.9.6. Ingyenes próbák (minták) és előfizetési csapdák

Az **ingyenes próbák** olyan marketingeszközök, amelyek lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy költségmentesen vagy alacsony költség (például a minta postaköltsége) mellett rendeljenek meg egy terméket vagy fizessenek elő egy szolgáltatásra. Egyes ingyenes próbák tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat foglalnak magukban, amelyek megteveszthetik a fogyasztókat az előfizetések terén. Az online ingyenes próbákról és előfizetési csapdákról szóló, 2017. évi bizottsági tanulmány ⁽²¹⁹⁾ az alábbiakban ismertetett különböző gyakorlatok gyakoriságáról számolt be.

Ha egy kereskedő **elmulasztja megadni postai címét és azonosítási adatait** egy vásárlásra való felhívásban, az ellentétes lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésének b) pontjával. Továbbá a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6. cikkének (1) bekezdése és az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 5. cikke (1) bekezdésének c) pontja előírja, hogy az online kereskedőknek elérhetővé kell tenniük olyan információkat, amelyek lehetővé teszik, hogy a fogyasztók kapcsolatba lépjenek velük. Az említett irányelvek előírásai a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése értelmében jelentős információnak minősülnek.

Ha egy kereskedő **nem teszi egyértelművé a fogyasztók számára, hogy az ingyenes próbaidőszakra való feliratkozásukkal esetlegesen előfizetést kötnek**, az a jelentős információk megadásának elmulasztása miatt sértheti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1) és (2) bekezdését, valamint a 7. cikke (4) bekezdésének a) pontját. A körülményektől függően a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének a) pontját is sértheti.

Az előfizetések ismétlődő költségeire vonatkozó információk elhallgatása vagy nem egyértelmű közlése ellentétes lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontjával, és/vagy a 7. cikkének (1) és (2) bekezdésével, illetve a 7. cikke (4) bekezdésének c) pontjával.

Példa:

- Egy távközlési szolgáltató óriásplakátokon hirdette, hogy a fogyasztók kettő táblagépet vagy egy mobiltelefont és egy táblagépet kaphatnak mindössze 1 PLN összegért. A kereskedő azonban nem tájékoztatta egyértelműen a fogyasztókat arról, hogy ahhoz, hogy élhessenek ezzel az ajánlattal, egy 24 hónapos előfizetést, valamint a termékekre egy 36 hónapos részletfizetést tartalmazó adásvételi szerződést kell aláírniuk. Egy fogyasztóvédelmi hatóság ezt a hirdetést a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontja értelmében megtevesztőnek minősítette ⁽²²⁰⁾.
- A Bizottság és a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok 2021-ben intézkedéseket hoztak az egyértelmű információk hiánya miatt a hitelkártyákkal történő vásárlások során, ami olyan problémákat is jelenthet, mint például az ismétlődő fizetések tényleges költségeinek rejtett vagy kis betűkkel való feltüntetése ⁽²²¹⁾. Nem hitelkártya-társaságok működtetik ezeket a rendszereket, mégis kötelesek megfelelően tájékoztatni ügyfeleiket. A fizetési ablakban, ahol a fogyasztók online vásárláskor feltüntetik hitelkártyájuk adatait, gyakran csak egyszeri fizetési összegről van szó, nem pedig ismétlődő előfizetésről. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló irányelv értelmében a fogyasztókat tájékoztatni kell valamennyi fizetési ügylet konkrét összegéről, beleértve az ismétlődő ügyleteket is.
- 2020-ban egy nemzeti hatóság pénzbírsággal sújtotta két társ kereső honlap üzemeltetőjét, mert a honlapok előfizetési modelljei nem feleltek meg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek. A hatóság megállapította, hogy bár a honlapok használatát ingyenesként népszerűsítették, az alapvető szolgáltatások (például a felhasználókkal való kapcsolatfelvétel) díjkötelesek, így a fogyasztók megtevesztő tájékoztatást kaptak az előfizetésekről, azok megújításáról és a díjakról. Továbbá a fogyasztói panaszok magas száma, valamint azok nem megfelelő kezelése arra utal, hogy a kereskedő nem hajlandó változtatni kommunikációs gyakorlatán ⁽²²²⁾.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv továbbá a 8. cikkének (2) bekezdésében konkrét szabályokat tartalmaz az internetes fizetések átláthatóságának javítására vonatkozóan. A 8. cikk (2) bekezdés értelmében a távollevők között elektronikus úton kötött szerződéseknél a kereskedő köteles az áru vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságaira vonatkozó információkat, az adókkal növelt árat, a szerződés időtartamát és a fogyasztó kötelezettségeit egyértelműen, jól látható módon, valamint közvetlenül a megrendelés fogyasztó általi megtétele előtt rendelkezésre bocsátani; nem elegendő ezt az információt a megrendelési folyamat korábbi szakaszaiban megadni. A fogyasztó számára továbbá biztosítani kell annak lehetőségét, hogy kifejezetten tudomásul vegye, hogy a rendelés fizetési kötelezettséggel jár, beleértve a rendszeres összegeket, például egy egyértelmű felirattal ellátott gombra történő kattintással. Mind az egyszeri fizetés összegét, mind az azt követő esetleges rendszeres fizetések összegét egyértelműen közölni kell a fogyasztóval.

⁽²¹⁹⁾ Európai Bizottság, Study on Misleading „free” trials and subscription traps for consumers in the EU (Tanulmány – Megtevesztő „ingyenes” próbák és előfizetési csapdák az EU-ban) (2017), <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bf621260-9441-11e7-b92d-01aa75ed71a1>

⁽²²⁰⁾ RBG 32/2014. sz. határozat.

⁽²²¹⁾ Sajtóközlemény, 2021. június 21., hétfő, péntek: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3127

⁽²²²⁾ Gazdasági Versenyhivatal, 2020. augusztus 17., VJ/19/2018, be2.hu és academicsingles.hu

Példa:

Egy kereskedő telemarketingen keresztül felvette a kapcsolatot a fogyasztókkal egy ingyenes kirakó könyv és egy hat hónapos előfizetés népszerűsítése érdekében, ami öt további kifizetendő könyvet jelent. Egy nemzeti bíróság úgy ítélte meg, hogy a tájékoztatás és az első ingyenes könyvre helyezett hangsúly alapján a fogyasztók úgy gondolhatták, hogy egyszeri fizetést vállaltak, miközben valójában előfizetést kötöttek. Megállapítást nyert, hogy a kereskedő megsértette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének a) pontját, mert nem nyújtott egyértelmű tájékoztatást a termék jellegéről ⁽²²³⁾.

Ezenkívül a termékek „**ingyenes**”, „**díjtan**”, „**tértésmentes**” 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, olyan kereskedelmi gyakorlat, amely **minden körülmények között tisztességtelennek minősül, és ennél fogva tiltott a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében**. Ez az irányelv I. mellékletének 20. pontjából következik.

A **nem kért értékesítés** (a fogyasztó által nem kért termékek vagy a termékek visszaküldése vagy megőrzése esetén igényelt fizetés) szintén olyan kereskedelmi gyakorlat, amelyet **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv minden körülmények között tilt**. Ez az irányelv I. mellékletének 29. pontjából következik.

2.10. 8. és 9. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

8. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna.

9. cikk – Zaklatás, kényszerítés és nem megengedett befolyásolás alkalmazása

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

- időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama;
- fenyegető vagy gyalázkodó szóhasználat vagy magatartás;
- 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;
- 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;
- bármely jogellenes cselekmény megtételével való fenyegetés.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egységes, EU-szerte alkalmazható módon határozza meg az agresszív kereskedelmi gyakorlatok fogalmát. Az irányelv **megakadályozza, hogy a kereskedők olyan értékesítési technikákat alkalmazzanak, amelyek korlátozzák a fogyasztó szabad választását vagy magatartását a terméket illetően, torzítva ezzel gazdasági magatartásukat**.

Agresszív kereskedelmi gyakorlat minden olyan gyakorlat, amely **zaklatást, kényszerítést, fizikai erőszakot vagy jogtalan befolyásolást alkalmaz**. Idetartozhat a marketing szakaszában tanúsított magatartás, valamint azok a gyakorlatok is, amelyekre az ügylet során vagy azt követően kerül sor. Ahogy azt a Bíróság egyértelművé tette, egy kereskedelmi gyakorlat „csak az elemeinek konkrét és egyedi értékelését követően tekinthető agresszívnek, ami az említett irányelv 8. és 9. cikkében meghatározott kritériumok alapján történő értékelést tesz szükségessé”, kivéve, ha az I. mellékletben szereplő tiltott gyakorlatok vizsgálatáról van szó ⁽²²⁴⁾.

⁽²²³⁾ ECLI:NL:CBB:2018:465, College van Beroep voor het bedrijfsleven, 17/1282.

⁽²²⁴⁾ A Bíróság 2019. június 12-i ítélete, Orange Polska, C-628/17, 31. pont.

Példa:

Egy nemzeti bíróság véleménye szerint ahhoz, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszívnek és tisztességtelennek minősüljön, nem elég, hogy a fogyasztó üzleti döntését befolyásolja, azt konkrét módszerek alkalmazásával kell tennie. Ez magában foglalja, hogy egy agresszív gyakorlat feltételezi a kereskedő aktív magatartását („zaklatást, kényszerítést – beleértve a fizikai erőszakot is –, illetve nem megengedett befolyásolást”), amellyel korlátozza a fogyasztó választási szabadságát ⁽²²⁵⁾.

Az agresszív gyakorlatok közé tartozhatnak a más nemzeti jogszabályok, például a szerződési jog vagy a büntetőjog által már lefedett magatartások. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egy további védelmi szinttel egészíti ezt ki, amely közjogi jogérvényesítési eszközökkel aktiválható anélkül, hogy büntető vagy polgári eljárást kellene indítani.

A 9. cikk c) pontja jogellenesnek minősíti azokat a gyakorlatokat, amelyek **nem megengedett befolyásolást gyakorolnak a fogyasztókra**, idetartozik például a kereskedő által ismert konkrét szerencsétlenség vagy körülmény kihasználása a fogyasztó termékkel kapcsolatos döntésének befolyásolása céljából. E jogalap digitális környezetben való relevanciájával kapcsolatos további magyarázatért lásd a 4.2.7. szakaszt.

A 9. cikk d) pontja megtiltja a kereskedőknek, hogy **aránytalan, nem szerződéses akadályt** támasszanak, amikor a fogyasztó a szerződéses jogaival kíván élni, beleértve a szerződés megszüntetésének, illetve egy másik termékre vagy másik kereskedőhöz való áttérésnek a jogát. Ez a rendelkezés különösen fontos távközlési és energiaszolgáltatók váltása ⁽²²⁶⁾ esetén a nem szerződéses akadályok megakadályozására. A fogyasztói függéssel kapcsolatos további magyarázatokért lásd a 4.2.11. szakaszt.

Példa:

Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősült az a gyakorlat, amikor a kereskedő különösen megnehezítette ügyfelei számára, hogy felmondják a vele kötött szolgáltatási szerződésüket egészen addig, hogy gyakran *ex de facto* automatikusan megújuló szerződésben ragadtak ⁽²²⁷⁾.

A 9. cikk e) pontja kiterjed **bármely jogellenes cselekmény megtételével való fenyegetésre**. Agresszív gyakorlatok gyakran előfordulnak a fogyasztási cikkekkel való házaló kereskedés vagy egyéb, üzlethelyiségen kívül történő értékesítés során, valamint az üdülési joggal kapcsolatban. Agresszív gyakorlatok előfordulhatnak adósságbehajtás során is, amikor harmadik felet bíznak meg az adósság behajtásával. Egy másik kereskedőhöz való áttérés súlyos vagy aránytalan akadályozása ugyancsak agresszív gyakorlatnak tekintendő.

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság kimondta, hogy agresszív gyakorlatnak minősül, ha a fogyasztónak értesítést küldenek arról, hogy jelenjen meg egy olyan bíró előtt, aki nem rendelkezik illetékességgel, és aki elé a kereskedő nem terjesztett elő keresetet. Ez a gyakorlat jogtalan befolyásolással meg akarta félemlíteni a fogyasztókat ⁽²²⁸⁾.

A Bíróság további iránymutatást nyújtott az agresszív gyakorlatok értékeléséhez konkrét esetekben.

A Wind Tre ügyben a Bíróság megállapította, hogy a SIM-kártya megvásárlása előtt a szolgáltatók nem nyújtottak a fogyasztók számára megfelelő tájékoztatást az előre telepített és aktivált szolgáltatásokról és azok költségeiről, így ez **az I. melléklet 29. pontja** értelmében a nem kért értékesítés tiltott agresszív gyakorlata állhat fenn ⁽²²⁹⁾. Az értékelés szempontjából **nincs jelentősége annak, hogy a szolgáltatások igénybevételéhez szükség van-e a fogyasztó tudatos magatartására, vagy hogy a fogyasztó letilthatta volna-e a szolgáltatásokat**, mivel elegendő információ hiányában nem állapítható meg, hogy a fogyasztó szabadon választotta ezeket a szolgáltatásokat ⁽²³⁰⁾.

A Bíróság a Waternet ügyben hozott ítéletében egyértelművé tette, hogy az I. melléklet 29. pontja nem foglalja magában azt a gyakorlatot, amely abban nyilvánul meg, hogy valamely fogyasztónak egy korábban is lakott lakásba történő beköltözése során fenntartja a **vízszolgáltatási közhálózathoz való csatlakozást**, amennyiben e fogyasztó nem választhatja meg az e szolgáltatást nyújtó szolgáltatót, továbbá e szolgáltató a vízfogyasztástól függően költségfedezeti alapú, átlátható és hátrányos megkülönböztetéstől mentes díjakat számláz, az említett fogyasztó pedig tudja, hogy az említett lakás csatlakoztatva van a vízszolgáltatási közhálózathoz, és hogy a vízszolgáltatás díjköteles ⁽²³¹⁾. A Bíróság különbséget

⁽²²⁵⁾ Consiglio di Stato, Adunanza Plenaria - Sentenza 11 maggio 2012, n.14 - Pres. Coraggio – est. Greco.

⁽²²⁶⁾ Az (EU) 2018/1972 irányelv (Európai Elektronikus Hírközlési Kódex) 106. cikke meghatározza az elektronikus hírközlési szolgáltatók közötti váltás szabályait.

⁽²²⁷⁾ Bolgár Legfelsőbb Bíróság, 2011. november 3., 15182/2011, VII d.

⁽²²⁸⁾ Lásd például: PS8215, 24117. sz. határozat, 2012. december 12.

⁽²²⁹⁾ A Bíróság 2018. szeptember 13-i ítélete, Wind Tre és Vodafone, C-54/17 és C-55/17 egyesített ügyek.

⁽²³⁰⁾ 48–50. pont.

⁽²³¹⁾ A Bíróság 2021. február 3-i ítélete, Waternet, C-922/19.

tett e helyzet és a Wind Tre ügy között, és megállapította, hogy a vízhasználatához tudatos fogyasztói magatartásra van szükség, és az átlagfogyasztó valószínűleg tisztában lenne azzal, hogy a lakás díjfizetés ellenében csatlakozik az ivóvíz-szolgáltatási közhálózathoz ⁽²³²⁾.

Az Orange Polska ügyben hozott ítéletében a Bíróság megállapította, hogy a szerződés futár jelenlétében történő aláírása nem tekinthető **minden** körülmények között olyan agresszív gyakorlatnak, amely a 8–9. cikk értelmében nem megengedett befolyásolást alkalmaz ⁽²³³⁾. Figyelembe kell venni a **kereskedőnek az adott esetben tanúsított magatartását**, amellyel olyan **nyomást gyakorol a fogyasztóra, amely a fogyasztó választási szabadságát jelentősen korlátozza**, és a fogyasztót **kényelmetlen helyzetbe hozza** vagy a meghozandó üzleti döntéssel kapcsolatos **gondolkodását megzavarja**. Meg kell tehát vizsgálni, hogy az átlagfogyasztó valamely termékkel kapcsolatos választási szabadsága vagy magatartása „jelentősen” sérül-e.

Az a tény, hogy a fogyasztó nem kapott lehetőséget az általános szerződési feltételek előzetes elolvasására, önmagában nem elegendő ahhoz, hogy a szerződéskötési modell agresszív gyakorlatnak minősüljön (43. pont). A 48. pontban azonban a Bíróság példákat hozott olyan forgatókönyvekre, amelyek agresszívnek tekinthetők:

„Például e magatartás-kategóriába tartozhat egyfelől annak kijelentése, hogy a szerződés vagy a függelék aláírásának késedelme azt jelentené, hogy a szerződés vagy a függelék későbbi megkötése csak kedvezőtlenebb feltételek mellett lesz lehetséges, vagy az, hogy a fogyasztónak esetleg kötbért kell fizetnie, vagy a szerződés módosítása esetén a kereskedő általi szolgáltatásnyújtást felfüggesztik. Másfelől ugyanezen magatartás-kategóriába tartozhat, ha a futár tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy amennyiben a részére átadott szerződés vagy függelék aláírása elmarad vagy késedelmet szenved, a futár kedvezőtlen értékelést kaphat a munkáltatójától.”

3. A KERESKEDELMİ GYAKORLATOK FEKETELISTÁJA (I. MELLÉKLET)

5. cikk (5) bekezdés

Az I. melléklet tartalmazza azoknak a kereskedelmi gyakorlatoknak a felsorolását, amelyek minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek. Ugyanezt a felsorolást kell alkalmazni minden tagállamban, és a felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható.

(17) preambulumbekkezdés

A fokozottabb jogbiztonság érdekében kívánatos meghatározni azokat a kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek minden körülmények között tisztességtelenek. Ezért az I. melléklet minden ilyen gyakorlatot tartalmaz. Kizárólag ezek azok a kereskedelmi gyakorlatok, amelyeket az 5–9. cikk rendelkezései szerint történő eseti vizsgálat nélkül is tisztességtelennek kell tekinteni. A felsorolás csak ezen irányelv felülvizsgálata révén módosítható.

Az I. mellékletben szereplő listát azzal a céllal állították össze, hogy a jogérvényesítők, kereskedők, marketing szakemberek és fogyasztók felismerhessenek bizonyos gyakorlatokat, és azokra közvetlenebb jogérvényesítési választ tudjanak adni. Ez tehát nagyobb jogbiztonsághoz vezet. Ha bizonyítható, hogy a kereskedő alkalmazta a feketelistán szereplő kereskedelmi gyakorlatot, a nemzeti végrehajtó hatóságoknak nem kell egyedi vizsgálatot lefolytatniuk (azaz nem kell megvizsgálniuk a gyakorlat által az átlagfogyasztó gazdasági magatartására gyakorolt hatást) ahhoz, hogy cselekedjenek és szankcionálják a gyakorlatot.

3.1. A jogszerűen nem forgalmazható termékek – 9. pont

I. melléklet 9. pont

„Annak valótlán állítása, vagy olyan benyomás keltése, hogy a termék jogszerűen forgalmazható.”

E gyakorlat azért tiltott, hogy elkerüljék az olyan helyzeteket, amikor a kereskedő anélkül kínál egy terméket vagy szolgáltatást, hogy egyértelműen tájékoztatná a fogyasztót arról, hogy jogi rendelkezések korlátozzák az adott termék értékesítését, birtoklását vagy használatát. Azok a termékek vagy szolgáltatások tartoznak ide, amelyek **értékesítése minden körülmények között tilos vagy illegális**, például a tiltott kábítószeres vagy lopott áruk értékesítése. Az ilyen gyakorlatokat, mivel gyakran bűncselekményeket és/vagy tisztességtelen piaci szereplőket érintenek, könnyű azonosítani. Az ilyen gyakorlatok rendszerint más, konkrétabb, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel szemben elsőbbséget élvező törvények súlyos megsértését is jelentik.

A gyakorlatok második kategóriája olyan termékeket vagy szolgáltatásokat érint, amelyek önmagukban nem illegálisak ugyan, de **csak bizonyos körülmények között és/vagy bizonyos korlátozások mellett** bocsáthatók jogszerűen piacra és árusíthatók.

⁽²³²⁾ 58–62. pont.

⁽²³³⁾ A Bíróság 2019. június 12-i ítélete, Orange Polska, C-628/17.

Példa:

- Utazási csomagokat csak olyan kereskedők szervezhetnek, akik megfelelnek a szervezett utazási formákról szóló irányelvben ⁽²³⁴⁾ előírt, a fizetéseképtelenséggel szembeni védelemre vonatkozó követelményeknek. Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy az olyan utazási iroda, amely annak ellenére kínál ilyen utazási csomagokat, hogy nem helyezett letétbe biztosítékot valamely nemzeti fizetéseképtelenségi alapnál, megsértette az I. melléklet 9. pontját, mivel a fogyasztókban azt a téves benyomást keltették, hogy az ajánlat teljes mértékben megfelel a jogszabályoknak ⁽²³⁵⁾.
- Annak a benyomásnak a keltése, hogy a jegyek jogszerűen értékesíthetők, miközben az értékesítés szerinti EGT-országban, a teljesítés helye szerinti EGT-országban vagy mindkettőben nemzeti jogszabályi tilalom van érvényben, az EFTA-Bíróság által a 2012. évi londoni olimpiai és paralimpiai játékokra szóló jegyek kereskedő általi forgalmazásával és viszonteladásával kapcsolatos ügyben hozott ítélet szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül ⁽²³⁶⁾.

3.2. Piramisrendszerek – 14. pont**I. melléklet 14. pont**

„Piramis-elve 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.”

Ez a gyakorlat annak megakadályozása érdekében tiltott, hogy a fogyasztókat egy jövedelmet ígérő rendszerbe csábítsák, miközben a fogyasztó ténylegesen **elsősorban abból kapja a jövedelmét, hogy új tagokat visz a rendszerbe, nem pedig a termékek értékesítéséből vagy fogyasztásából**. A rendszer piramisszerkezete rendszerint úgy van kialakítva, hogy az csak a legfelső szinten lévő szervezőknek biztosítson előnyöket, miközben a toborozott fogyasztóknak rendszerint nincs észszerű esélyük arra, hogy megtérüljön a befektetésük. A Bíróság egyértelművé tette, hogy melyek azok a feltételek, amelyek alapján egy kereskedelmi eladásösztönző rendszer „piramiselvre épülő eladásösztönző rendszernek” tekinthető az I. melléklet 14. pontjának értelmében. A Bíróság megállapította, hogy

„a piramiselvre épülő eladásösztönző rendszerek tiltása [...] három közismert feltételen alapul. Első, hogy az ilyen eladásösztönzés azon az ígéreten alapul, hogy a fogyasztóknak lehetőségük lesz arra, hogy kereskedelmi nyereségre tegyenek szert. A következő, hogy ennek az ígéretnek a teljesítése más fogyasztóknak a rendszerbe történő beléptetésétől függ. Végezetül pedig, hogy a fogyasztóknak ígért jövedelem finanszírozásához szükséges bevételek nagyobb része nem valódi gazdasági tevékenység eredménye” ⁽²³⁷⁾.

Ugyanebben az ügyben a Bíróság tisztázta, hogy:

„egy piramis-elve épülő rendszer csak akkor minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, ha a rendszer előírja a fogyasztó számára, hogy pénzügyi ellenszolgáltatást nyújtson, annak összegétől függetlenül, hogy jövedelemre tegyen szert, amely elsősorban más játékosoknak a rendszerbe való belépéséből ered, nem pedig a termékek eladásából, illetve fogyasztásából” ⁽²³⁸⁾.

A szóban forgó ügyben egy vállalat bónuszt ígért az új ügyfeleknek minden általuk toborzott új ügyfél után. Minden újonnan regisztrált ügyfélnek regisztrációs díjat kellett fizetnie. A Bíróság kétségét fejezte ki arra vonatkozóan, hogy a fogyasztó jövedelemszerzési lehetősége elsősorban az új ügyfelek rendszerbe történő beléptetéséből származik, megjegyezve, hogy a meglévő tagoknak fizetett bónuszokat csak kismértékben finanszírozták az új tagoktól elvárt anyagi ellenszolgáltatásból. A Bíróság emlékeztetett arra is, hogy attól, hogy az I. melléklet rendelkezései nem tiltanak egy adott gyakorlatot, az a gyakorlat az irányelv általános rendelkezései (5–9. cikk) értelmében tisztességtelennek minősülhet.

Egy másik ügy, a Loterie Nationale ügy egy olyan rendszerrel kapcsolatos, amelyben játékosokat toboroztak közös lottózáshoz. Folyamatosan toboroztak új játékosokat és ténylegesen fizettek utánuk felfelé a korábban csatlakozott játékosoknak és a program szervezőinek. Az új tagok 10 eurót fizettek belépéskor, majd havonta mintegy 43 eurót a részvételért. A győztes játékosok ténylegesen megkapták a nyereményük 50 %-át, és a nyeremények felső határát egymillió euróban állapították meg, vagyis az azt meghaladó összegeket nem fizették ki a játékosoknak. A Bíróság tisztázta, hogy

⁽²³⁴⁾ A Tanács 90/314/EGK irányelve (1990. június 13.) a szervezett utazási formákról (HL L 158., 1990.6.26., 59. o.) Ezt az utazási csomagokról és az utazási szolgáltatás együttesekről, valamint a 2006/2004/EK rendelet és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, továbbá a 90/314/EGK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló (EU) 2015/2302 (HL L 326., 2015.12.11., 1. o.) helyezte hatályon kívül és váltotta fel 2018. július 1-jei hatállyal.

⁽²³⁵⁾ 2009/17, Marknadsdomstolen (Stockholm), Fogyasztóvédelmi ombudsman kontra Casa Nordica Altavista C AB, 2009. június 26.

⁽²³⁶⁾ E-1/19. sz. ügy, EFTA-Bíróság, 2019. december 14., Andreas Gyrré kontra a Gyermekügyi és Esélyegyenlőségi Minisztérium által képviselt norvég kormány.

⁽²³⁷⁾ A Bíróság 2014. április 3-i ítélete, '4finance' UAB kontra Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba és Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, C-515/12, 20. pont.

⁽²³⁸⁾ Ugyanott, 34. pont.

ahhoz, hogy egy ilyen rendszer piramisrendszernek minősüljön, **elegendő, ha közvetett kapcsolat áll fenn az új játékosok által fizetett járulékok és a meglévő szereplőknek fizetett ellentételezés/nyereség között.** Az ezzel ellentétes értelmezés megfosztaná a tilalmat hatékony érvényesülésétől ⁽²³⁹⁾.

„Ezzel szemben e rendelkezés szövegéből nem vezethető le, hogy a megkövetelt pénzügyi kapcsolatnak szükségszerűen közvetlennek kell lennie. Ami jelentőséggel bír, az az ilyen rendszerhez újonnan csatlakozók által fizetett díjak „fő” vagy „elsődleges” minősítése.” ⁽²⁴⁰⁾

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított három, piramisrendszert érintő ügyben. Az egyik ügy egy olyan értékesítési rendszert érintett, amelyben a jövedelmi rendszer nem az értékesítési volumenen alapult, hanem az értékesítők által a rendszerbe csalogatott új értékesítők számán ⁽²⁴¹⁾. Egy másik ügy tárgya egy olyan értékesítési rendszer volt, ahol a jutalékrendszer célja elsősorban az új fogyasztók rendszerbe csábítása volt, és a regisztrációs díjat az új értékesítők beléptetéséből térítették vissza ⁽²⁴²⁾. Egy harmadik ügyben a fogyasztóknak termékek vásárlását ajánlották új értékesítők toborzására irányuló mechanizmusok révén, és induló hozzájárulást vagy személyes vásárlási programra való előfizetést kértek tőlük ⁽²⁴³⁾. A hatóság a rendszerek tényleges működését is figyelembe vette. Egyrészt arra összpontosított, hogy mekkora a ténylegesen forgalmazó értékesítők száma a toborzott fogyasztók teljes létszámához képest, másrészt az értékesítőktől származó jövedelmek/akvizíciók, illetve a külső feleknek történő értékesítések változó jelentőségére összpontosított. A vizsgálat kimutatta, hogy a mechanizmusokból az következett, hogy a fogyasztó nem tudott hozzájárulást befizetni azért a lehetőségért cserébe, hogy jövedelemre tegyen szert, amely elsősorban más fogyasztóknak a rendszerbe való belépéséből ered, nem pedig a termékek eladásából/fogyasztásából.

A piramisrendszerekhez hasonló hierarchikus konstrukciók összetettek, és nehéz lehet számszerűsíteni az új tagok által a vállalat számára jelentett hasznot. Emellett más módszerek is létezhetnek a már meglévő tagok jövedelmének kiszámítására.

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság eljárást indított egy olyan piramisrendszer ellen, amelyben a szervező a résztvevőknek pénzbeli adomány jóváírásának lehetőségét kínálta az új tagok rendszerbe történő beléptetéséért ⁽²⁴⁴⁾. E pénzügyi nyereség eléréséért a résztvevőknek a következőt kellett tenniük: befizetni egy regisztrációs díjat, pénzbeli adományt fizetni egy másik résztvevőnek, egyéb adományt adni egy másik résztvevőnek, és jutalékot fizetni a rendszer szervezőjének. Egy új tagtól származó pénzbeli jutalék jóváírásának lehetősége csak akkor állt fenn, ha létrejött egy „kék kör”, amely egy új résztvevő által korábban beléptetett emberek által beléptetett résztvevőkből állt.

Szükségesnek tűnik különbséget tenni a 14. számú tiltott kereskedelmi gyakorlat – ahol a **résztvevők többnyire vagy kizárólag új résztvevők toborzása révén tesznek szert jövedelemre** – és a **többszintű (MLML) marketing** között, ahol az értékesítőket többnyire a személyes forgalmazásért, valamint az általuk toborzott értékesítők forgalma után jutalmazták.

Nehéz továbbá **meghúzni a vonalat a fogyasztó és a kereskedő között**: miután egy fogyasztó belépett egy rendszerbe, attól a pillanattól kezdve, hogy megkezdje az eladásösztönzést, kereskedőnek tekinthető, és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv tilalmának hatálya alá kerülhet a rendszer keretében megnyilvánuló szakmai magatartása tekintetében.

3.3. A betegségek, zavarok vagy rendellenességek gyógyítására alkalmas termékek – 17. pont

I. melléklet 17. pont

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

Ez a tilalom azokat a helyzeteket öleli fel, amikor a kereskedő állítása szerint a terméke vagy szolgáltatása meggyógyít bizonyos testi vagy lelki betegségeket vagy a hatásukra javul az adott személy állapota.

⁽²³⁹⁾ A Bíróság 2016. december 15-i ítélete, Loterie Nationale, C-667/15.

⁽²⁴⁰⁾ Ugyanott, 30. pont.

⁽²⁴¹⁾ PS6425 Xango-Prodotti Con Succo Di Mangostano. Provvedimento n. 21917, 2010. december 15.

⁽²⁴²⁾ PS4893 Agel Enterprises-Integratori. Provvedimento n. 23789, 2012. augusztus 2.

⁽²⁴³⁾ PS7621 – Vemma Italia – Prodotti con succo di mangostano, Provvedimento n. 24784, 2014. február 5.

⁽²⁴⁴⁾ RKR 34/2014. sz. határozat.

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hivatal kimondta, hogy azok az állítások, amelyek szerint egy masszázsszéknek az emberi egészségre gyógyító hatása van (ideértve a gerinc- és vérkeringési problémák gyógyítását), az I. melléklet 17. pontjában rögzített tilalom alá tartoznak ⁽²⁴⁵⁾.

A **Covid19-világjárvány** során gyakori volt az egészségre vonatkozó állításokkal kapcsolatos félretájékoztatás. Szélhámos kereskedők olyan termékeket – például védőmaszkokat és kézfertőtlenítőket – reklámoztak és értékesítettek, amelyek állítólag megelőzik vagy gyógyítják a fertőzést. Az ilyen állítások azonban gyakran nélkülözték a szilárd tudományos bizonyítékokat vagy nem feleltek meg teljes mértékben a hivatalos szakértői véleményeknek. Az ilyen állítások sérthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. és 6. cikkét, amely tiltja a termék lényeges tulajdonságaival kapcsolatos megtévesztő tevékenységeket; egyes esetekben az ilyen állítások az I. melléklet 17. pontja értelmében lehetnek tiltottak. Az ilyen gyakorlatok elleni küzdelem elősegítése érdekében a Bizottság összefogta a fogyasztóvédelmi együttműködési hálózatban közreműködő nemzeti hatóságokat, és közös álláspontot ⁽²⁴⁶⁾ fogadott el a Covid19-cel kapcsolatos csalások kezelésének módjáról.

Példa:

- Egy nemzeti hatóság blokkolta annak a kereskedőnek a honlapját, aki egy, a HIV-vel való kezelésre szánt antivirális szer hatóanyagait tartalmazó gyógyszert „a koronavírus (Covid19) elleni egyetlen gyógyszer” és a „a koronavírus (Covid19) elleni küzdelem egyetlen gyógymódja” néven reklámozott, holott az egészségügyi hatóságok hivatalos nyilatkozatot tettek közre arról, hogy nincs hatékony gyógymód a vírus leküzdésére ⁽²⁴⁷⁾.
- Három olyan kereskedő esetében, akik azt a benyomást keltve forgalmazták termékeiket, hogy azok védelmet nyújthatnak a koronavírussal szemben, a nemzeti hatóságok és egy bíróság megállapították, hogy ezek a gyakorlatok agresszívek. Különösen azt állapították meg, hogy a kereskedők kihasználták a fogyasztók attól való féltelmét, hogy megfertőződnek a koronavírussal, ezáltal rontották ítélelőképességüket, és a konkrét marketinggyakorlatok kihasználtak egy súlyos társadalmi aggodalomra okot adó helyzetet. ⁽²⁴⁸⁾

Az ilyen állítások részben konkrét uniós jogszabályok hatálya alá is tartoznak. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem érinti a termékek egészségügyi tulajdonságaira vonatkozó uniós szabályokat sem. A 17. pont ezért csak **az egészségre vonatkozó állításokról szóló hatályos uniós szabályok kiegészítéseként alkalmazandó**. Az egészségügyi és jóléti termékek tekintetében valamennyi megtévesztő gyakorlat megvizsgálható azonban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke alapján (például akkor, ha az általános megjelenítés félrevezető).

A tilalom elsősorban az olyan fizikai állapotokra vonatkozó állításokat érinti, amelyeket az orvostudomány a megbetegedések, diszfunkciók vagy rendellenességek kategóriájába sorol be. Mivel azonban ezeket az állításokat ágazatspecifikus uniós jogszabályok is szabályozzák, a 17. pont gyakorlati haszna e gyakorlatok tekintetében elhanyagolható.

A fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendelet ⁽²⁴⁹⁾ 7. cikkének (3) bekezdése értelmében a kereskedő által a fogyasztónak nyújtott, **élelmiszerre vonatkozó tájékoztatás** „nem tulajdoníthat az élelmiszereknek emberi betegségek megelőzésére, kezelésére vagy gyógyítására vonatkozó tulajdonságokat, és ilyen tulajdonságokra nem is utalhat”. Ez az általános rendelkezés valamennyi élelmiszer-vállalkozóra vonatkozik, függetlenül attól, hogy azok az élelmiszerlánc mely szakaszában működnek, amennyiben azok tevékenységei összefüggnek a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásával. Az „élelmiszerekre vonatkozó tájékoztatás” valamely élelmiszerre vonatkozó, a címke vagy kísérő dokumentum, illetve bármilyen egyéb eszköz – beleértve a technológiai eszközöket vagy a szóbeli közlést – segítségével elérhetővé tett információ.

Emellett a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló uniós rendelet ⁽²⁵⁰⁾ részletes szabályokat állapít meg **az élelmiszerekkel kapcsolatos, a tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások** kereskedelmi kommunikációban való alkalmazására vonatkozóan, akár az élelmiszerek címkézése, kiserelése vagy reklámozása során.

A rendelet értelmében a tápanyag-összetételre vonatkozó állítások („bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az élelmiszer bizonyos, a táplálkozásra nézve különös kedvező tulajdonságokkal rendelkezik”) csak akkor engedélyezettek, ha szerepelnek a mellékletben, és megfelelnek az állításokról szóló rendeletben meghatározott feltételeknek. Tilos az egészségre vonatkozó állítások („bármely olyan állítás, amely kijelenti, sugallja vagy sejteti, hogy az adott élelmiszer, élelmiszercsoport vagy annak valamely alkotóeleme és az egészség között összefüggés van”) alkalmazása,

⁽²⁴⁵⁾ A Verseny- és Fogyasztóvédelmi Hivatal elnökének RPZ 2/2012. ZdroWita sz. határozata, 2012. március 13.

⁽²⁴⁶⁾ A fogyasztóvédelmi együttműködésért felelős hatóságok közös álláspontja, Stopping scams and tackling unfair business practices on online platforms in the context of the Coronavirus outbreak in the EU (A csalások megszüntetése és a tisztességtelen üzleti gyakorlatok kezelése az online platformokon a koronavírus-járvány kapcsán az EU-ban), 2020. március 20.: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/live_work_travel_in_the_eu/consumers/documents/cpc_common_position_covid19.pdf

⁽²⁴⁷⁾ PS11723, Koronavírus, 2020. március 17.

⁽²⁴⁸⁾ Az MR-2020-563. sz. ügy: Piaci Tanács, 2020. szeptember 23., Visjon TV & Webshop AS; MR-2020-687: Piaci Tanács, 2020. október 22., Vitability AS; FOV-2020-663: Norvég Fogyasztóvédelmi Hivatal, 2020. április 6., Emptiodirect AS.

⁽²⁴⁹⁾ 1169/2011/EU rendelet a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról.

⁽²⁵⁰⁾ Az 1924/2006/EK rendelet.

kivéve, ha az állításokról szóló rendelettel összhangban engedélyezettek, és a 13. és 14. cikkben meghatározott engedélyezett állítások listáján szerepelnek. A rendelet kifejezetten tiltja továbbá a következő, egészségre vonatkozó állításokat⁽²⁵¹⁾:

- olyan állítások, amelyek azt sugallják, hogy az élelmiszer fogyasztásának mellőzése hatással lehet az egészségre,
- olyan állítások, amelyek a súlycsökkenés ütemére vagy mértékére utalnak,
- olyan állítások, amelyek egyes orvosok vagy egészségügyi szakemberek, valamint egyéb, az állításokról szóló rendelet 11. cikkében nem említett szervezetek ajánlásaira hivatkoznak.

Az egészségre vonatkozó állításokra az uniós **egészségügyi és gyógyszerészeti jogszabályok** hatálya is kiterjed. A **gyógyszerekről** szóló 2001/83/EK irányelv 6. cikkének (1) bekezdése egyértelművé teszi, hogy a tagállamokban egyetlen gyógyszert sem lehet forgalomba hozni addig, amíg nem rendelkezik forgalombahozatali engedéllyel. Az irányelv 86–100. cikke a gyógyszerek nyilvános reklámozására vonatkozó különös rendelkezéseket is meghatároz. Tilos a csak orvosi rendelvényre kapható gyógyszerek, illetve a pszichotrop anyagként vagy kábítószerként besorolt anyagot tartalmazó termékek reklámozása. A tagállamok megtilthatják az olyan termékek reklámozását is, amelyeknek az ára visszatéríthető. Az orvosi rendelvény nélkül is kiadható gyógyszerek reklámozása megengedett, de pontos feltételek mellett. Például:

- a reklámból legyen egyértelmű az üzenet reklám jellege és az, hogy a termék gyógyszer,
- a gyógyszer észszerű felhasználását segítse elő azáltal, hogy tárgyilagosan és túlzások nélkül mutatja be a gyógyszer tulajdonságait,
- nem lehet megtévesztő,
- nem szólhat kizárólag vagy főként gyermekeknek,
- nem mutathatja be helytelen, riasztó vagy félrevezető módon, képszerűen az emberi testnek a betegség vagy a sérülés okozta elváltozásait, illetve a gyógyszernek az emberi testre gyakorolt hatását,
- nem hivatkozhat tudósok vagy egészségügyi szakemberek ajánlására, akik népszerűségük révén elősegíthetik a gyógyszer fogyasztását.

Az orvostechnikai eszközökről szóló (EU) 2017/745 európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽²⁵²⁾ 7. cikke és az *in vitro* diagnosztikai orvostechnikai eszközökről szóló (EU) 2017/746 európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽²⁵³⁾ 7. cikke uniós szintű tilalmat vezetett be a címkén, a használati útmutatóban vagy a reklámban szereplő olyan állításokra vonatkozóan, amelyek megtévesztik a felhasználót vagy a beteget az eszköz rendeltetése, biztonságossága vagy teljesítőképessége tekintetében, különösen az alábbiak révén:

- olyan funkciókat és tulajdonságokat tulajdonítanak az eszköznek, amelyekkel az nem rendelkezik,
- hamis benyomást keltenek a kezelést vagy a diagnózist, illetve az eszköz – nem létező – funkciót vagy tulajdonságait illetően,
- nem nyújtanak tájékoztatást a felhasználó vagy a beteg számára az eszköz rendeltetésszerű használatával összefüggő valószínűsíthető kockázatokról,
- más alkalmazási területeket sugallnak, mint amelyeket az eszköz rendeltetéseként felsoroltak, és amelyek tekintetében a megfelelőségértékelést elvégezték.

Továbbá konkrét korlátozások (vagyis tilalmak) vonatkoznak a **gyógyszerek és gyógyászati kezelések reklámozására** a szakemberek, vagyis kereskedők és orvosok között. A termék/kezelés megválasztása az azt felíró orvostól vagy szakorvostól függ. E területen a megtévesztő reklámozás minden esete (akár engedélyezett kereskedőről van szó, akár nem) maga után vonja a vonatkozó uniós vagy nemzeti szabályok alkalmazását, és a vonatkozó végrehajtási és büntetési rendszer hatálya alá kerül. Ezek elsőbbséget élveznek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel szemben.

A 17. pont olyan árukra vagy szolgáltatásokra is vonatkozik, mint az **esztétikai kezelések, a wellness termékek és hasonlók**, amennyiben azokat olyan hamis állításokkal forgalmazzák, amelyek szerint képesek a betegségek, diszfunkciók vagy rendellenességek gyógyítására.

⁽²⁵¹⁾ Az 1924/2006/EK rendelet 12. cikke.

⁽²⁵²⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/745 rendelete (2017. április 5.) az orvostechnikai eszközökről, a 2001/83/EK a 178/2002/EK rendelet és az 1223/2009/EK rendelet módosításáról, valamint a 90/385/EGK és a 93/42/EGK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 117., 2017.5.5., 1. o.).

⁽²⁵³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/746 rendelete (2017. április 5.) az *in vitro* diagnosztikai orvostechnikai eszközökről, valamint a 98/79/EK irányelv és a 2010/227/EU bizottsági határozat hatályon kívül helyezéséről (HL L 117., 2017.5.5., 176. o.).

A **kozmetikai termékek** tekintetében a kozmetikai termékekről szóló 1223/2009 európai parlamenti és tanácsi irányelv⁽²⁵⁴⁾ 20. cikkének (1) bekezdése előírja, hogy a tagállamok tiltsák a kozmetikai termékek címkézésékor, forgalmazásakor és reklámozásakor az olyan megszövegezést, valamint az olyan elnevezéseket, védjegyeket, képeket és egyéb (képi vagy más) megjelöléseket használatát, amelyek olyan tulajdonságok meglétére utalnak, amelyekkel az adott termék nem rendelkezik.

Amennyiben a kereskedő nem képes megfelelő és releváns bizonyítékot felmutatni azokról a fizikai hatásokról, amelyeket a fogyasztó a termék használatától elvárhat, úgy az állítás a hamis volta alapján az I. melléklet 17. pontjában szereplő tiltott kereskedelmi gyakorlat körébe tartozik, ha arra nem létezik ágazati uniós jogszabály.

A tilalom elkerülése érdekében a **kereskedőknek tudományos bizonyítékot kell felmutatniuk az ilyen ténytérítő állítások alátámasztására**. Az, hogy a bizonyítási terhet a kereskedő viseli, tükrözi a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkében tágabban megfogalmazott elvet, amely leszögezi, hogy „A tagállamok bíróságokra vagy közigazgatási hatóságokra ruházzák azokat a hatásköröket, amelyek [...] polgári vagy közigazgatási eljárásokban azokat felhatalmazzák arra, hogy: a) elrendeljék, hogy a kereskedő bizonyítékot szolgáltatson a kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos tényállítások helyességéről, amennyiben a kereskedő és az eljárásban részt vevő bármely másik fél jogos érdekeit tekintetbe véve az adott eset körülményei alapján ennek megkövetelése helyénvalónak tűnik”.

Példa:

Egy online kereskedő számos terméket, többek között ruhákat és kozmetikumokat reklámozott úgy a honlapján, hogy azok különféle pozitív hatást gyakorolnak az egészségre (például fájdalomcsillapító, alvásjavító, ráncsökkentő). Ezeket az állításokat azonban nem tudta megfelelő bizonyítékokkal alátámasztani. Egy nemzeti hatóság ezt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete értelmében tiltott megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősítette⁽²⁵⁵⁾.

3.4. Az „ingyenes” szó alkalmazása – 20. sz. pont

I. melléklet 20. pont

„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.”

Ez a tilalom azon alapul, hogy a **fogyasztók azt várják el, hogy egy „ingyenes” kijelentés valóban ingyenes legyen, azaz hogy anyagi ellenszolgáltatás nélkül kapjanak valamit**. Ezt azt jelenti, hogy egy ajánlatot csak akkor lehet ingyenesnek leírni, ha a fogyasztóknak nem kell többet fizetniük, mint:

- a kereskedelmi gyakorlat megválaszolásának elkerülhetetlen minimális költsége (például a jelenleg alkalmazott postai tarifák, a telefonos hívás költsége legfeljebb a standard nemzeti tarifa mértékéig, illetve a szöveges üzenet küldésének elkerülhetetlen minimális költsége),
- az elszállítás vagy házhozszállítás tényleges/valós költsége,
- azok a költségek, ideértve a váratlan költségeket is, amelyek akkor merülnek fel, amikor a fogyasztók saját maguk utaznak el az ajánlatban szereplő termékért.

Következésképpen a **kereskedők nem számolhatnak fel csomagolási, kezelési vagy adminisztrációs díjat az „ingyenesként” megjelölt termék után**. Amikor a kereskedők „ingyenes” ajánlatokat tesznek, egyértelműen közölniük kell minden anyagban azt is, hogy a fogyasztót a fent hivatkozottak szerint mely elkerülhetetlen költségek terhelik.

Nehezebb megállapítani, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelen-e, amikor az „ingyenes” szót olyan **kapcsolt ajánlatokkal** összefüggésben alkalmazzák, amelyek **több mint egy terméket vagy szolgáltatást** érintő kereskedelmi ajánlatok. A kapcsolt ajánlatok rendszerint vásárláshoz kötött promóciók vagy csomagajánlatok. Az alábbiakban ismertetünk néhány elvet, amelyeket a kapcsolt ajánlatok vizsgálatakor a nemzeti hatóságok figyelembe vehetnek. Ezek már nagymértékben tükröződnek egyes reklámozási szabályzatokban:

- a kereskedők nem próbálhatják fedezni saját költségeiket azáltal, hogy rontják a termék minőségét vagy összetételét, vagy felemelik bármely termék árát, amelyet a fogyasztónak előfeltételként meg kell vennie ahhoz, hogy megkapjon egy külön, ingyenes cikket,
- a kereskedők nem írhatják le „ingyenes” jelzővel a csomag egy adott elemét, amennyiben ezen elem költsége benne van a csomagárban.

⁽²⁵⁴⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 1223/2009/EK rendelete (2009. november 30.) a kozmetikai termékekről (HL L 342., 2009.12.22., 59. o.).

⁽²⁵⁵⁾ 2S-17, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (Vilnius), 2011.7.4.

Példa:

- Egy kapcsolt előfizetéses mobiltelefon ajánlatban egy távközlési szolgáltató „0 kr” árat reklámozott. Azonban miután a fogyasztók elfogadták az ajánlatot, az előfizetés havi részlete emelkedett. Egy nemzeti bíróság úgy ítélte meg, hogy ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete 20. pontjának hatálya alá tartozik ⁽²⁵⁶⁾.
- Egy „ingyenes hitelre” vonatkozó ajánlatot érintő ügyben egy fogyasztóvédelmi hatóság megállapította, hogy az a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete 20. pontjának hatálya alá tartozik, amennyiben a fogyasztónak a hitel igénybevételéhez alá kell írnia egy további költségekkel járó hitelbiztosítási szerződést.

A tiltás nem akadályozza meg, hogy a kereskedők alkalmazzák az „ingyenes” szót a **vásárláshoz kötött promóciókban**, amikor a **fogyasztókat egyéb termékek megvásárlására szólítják fel** (például az „egyet fizet, kettőt kap” típusú ajánlatok), feltéve, hogy

- egyértelművé tették a fogyasztók számára, hogy minden költséget fizetniük kell,
- a fizetett cikkek minőségét vagy összetételét nem rontották, és
- a fizetett cikkek árát nem emelték fel, hogy ezzel fedezzék az ingyenesen nyújtott cikk költségeit.

Példa:

Egy kereskedő reklámkampányt indított az interneten és újságokban, amelyben kettő új gumibroncs vásárlása esetén kettő ingyenes gumibroncsot ajánlott fel. A valóságban a kampányban szereplő két gumibroncs ára kétszer annyi volt, mint az előzőleg alkalmazott kiskereskedelmi ár. Egy nemzeti hatóság döntése szerint ez a vásárláshoz kötött promóció az I. melléklet 20. pontja értelmében tiltott ⁽²⁵⁷⁾.

A vásárláshoz kötött promóciók kulcsfontosságú megkülönböztető jegye az, hogy az „ingyenesnek” leírt cikknek **ténylegesen el kell különülnie attól az egy vagy több cikktől, amelyért a fogyasztónak fizetnie kell, és hozzá/hozzájuk kell adódnia**. Ezért az ilyen vásárláshoz kötött promóciókban **a kereskedőknek képesnek kell lenniük igazolni, hogy:**

- az ingyenes termék valóban hozzáadódik az adott áron rendszerint értékesített termékhez vagy termékekhez, vagy valóban elkülöníthető a fizetett cikktől vagy cikkektől,
- az „ingyenes” cikket csak akkor nyújtják a fizetett termékkel vagy termékekkel együtt, ha a fogyasztó eleget tesz a promóció feltételeinek, és
- a fogyasztók ismerik a fizetett termék vagy termékek önálló árát, ami nem változik attól függően, hogy van-e hozzá ingyenes termék vagy nincs.

Példa:

- A „csütörtöki lap megvásárlásával ingyenes posztert kap” kijelentés akkor jogszerű, ha a napilapot a hét többi napján a poszter nélkül azonos áron árulják.
- Az „ingyenes utazási biztosítás azok számára, akik az interneten foglalják le nyaralásukat” állítás akkor jogszerű, ha a fogyasztók telefonon is ugyanazon az áron foglalhatják le nyaralásukat, ám ahhoz nem kapnak ingyenes biztosítást.
- Az az állítás, amely szerint a fogyasztók „adott számú hónapon át ingyenes, streaming-szolgáltatási előfizetést” kaphatnak egy áru – például televízió – megvásárlásával együtt, akkor jogszerű, ha a fogyasztó nem köteles fizetni ezt az előfizetést, és az áru ára a hozzáadott előfizetés miatt nem emelkedik.

Az I. melléklet 20. pontja tiltja az „ingyenes” szó használatát a csomagajánlat egy adott elemének leírására, **amennyiben ezen elem költsége benne van a csomagárban**. A „csomagajánlat” bizonyos elemek előre összerakott kombinációja, amelyet egyetlen, mindent magában foglaló áron kínálnak, és amelyek esetében a fogyasztók valójában nem választhatják meg, hogy a csomag hány elemét kapják meg az adott árért.

⁽²⁵⁶⁾ A Marknadsdomstolen Dnr B 2/11. és B 3/11. sz. egyesített ügyekben hozott ítélete, 2012. május 11.

⁽²⁵⁷⁾ 2S-27, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (Vilnius), 2010. november 11.

Példa:

Ha egy autót bőr üléshez, légkondicionálóval és multimédia-rendszerrel kínálnak 10 000 EUR standard áron, e tulajdonságok kombinációja csomagnak számít. A fogyasztó egyetlen, mindent magában foglaló árat fizet a reklámozott autóért. Amennyiben a reklámban szereplő tulajdonságok egyikét eltávolítanak, romlana a 10 000 EUR nagyságú összegért vásárolt autó minősége és összetétele. Ahhoz, hogy a kereskedő azzal állhasson elő, hogy a multimédia-rendszer ingyen jár az autóhoz, és a 10 000 EUR más elemekhez kapcsolódik, bizonyítania kellene, hogy a) a vásárláshoz kötött promóció követelményei teljesülnek, vagy b) a multimédia-rendszer új kiegészítő tulajdonság, és az autó ára nem emelkedett.

A kereskedők azonban néha a csomag árának emelése, illetve a csomagban már szereplő elemek minőségének vagy összetételének romlása nélkül egészítik ki új elemekkel meglévő csomagjaikat. Ilyen körülmények között a fogyasztók – az új elemek bevezetésétől számított bizonyos ideig – valószínűleg kiegészítőnek fogják tekinteni a csomaghoz hozzáadott elemeket. Amennyiben azonban az új elem hozzáadása után a csomag ára emelkedik, illetve minősége vagy összetétele romlik, az új elemet nem lehet „ingyenes” jelzővel illetni.

A felmerülő **egyszeri kezdeti költségek** – például egy adott berendezés **megvásárlásának és beüzemelésének költségei** – nem mondanak ellent azon kijelentéseknek, hogy az előfizetés nélkül nyújtott termékek vagy szolgáltatások az I. melléklet 20. pontja értelmében „ingyenesek”. Erre példaként említhetjük azt az esetet, amikor az ingyenes digitális televíziós csatornák csak olyan fogyasztók számára érhetők el, akik rendelkeznek a szükséges digitális vevőkészülékkel, illetve hasonlóképpen a híváscsomagok csak olyan fogyasztók számára érhetők el, akik rendelkeznek telefonvonallal.

Hasonlóképpen az internetszolgáltatás aktiválásáért harmadik félnek fizetendő kapcsolódási díjak szintén nem cáfolják meg azokat az állításokat, hogy az internet-szolgáltatás ingyenes, feltéve, hogy a kapcsolódási díjat nem emelték fel annak érdekében, hogy fedezzék az ingyenes szolgáltatás nyújtásának költségeit. **A kereskedőknek mindig megfelelően tájékoztatniuk kell a fogyasztókat**, ha ilyen kezdeti kiadásokra kell számítaniuk.

Az „ingyenesként” feltüntetett termékek különösen gyakoriak az online áruházakban. Azonban sok ilyen szolgáltatás **személyes adatokat** gyűjt a felhasználókról, például a személyazonosságukat és az e-mail-címüket. Fontos, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv az „ingyenes” termékekkel kapcsolatos valamennyi kereskedelmi gyakorlatra kiterjed, és a pénzben történő fizetés nem feltétele az alkalmazásának. Az adatközpontú gyakorlatok magukban foglalják az uniós **adatvédelmi jogszabályok** és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv közötti kölcsönhatást. Egyre inkább felismerik a fogyasztói preferenciákhoz, a fogyasztók személyes adataihoz és egyéb felhasználók által létrehozott tartalmakhoz kapcsolódó információk gazdasági értékét. Az ilyen termékek „ingyenesként” való forgalmazása – anélkül, hogy megfelelően elmagyaráznák a fogyasztók számára, miként fogják használni preferenciáikat, személyes adataikat és az általuk létrehozott tartalmakat – az adatvédelmi jogszabályok esetleges megsértésén túl megtévesztő gyakorlatnak minősülhet.

Emellett az (EU) 2019/770 irányelv⁽²⁵⁸⁾ azokra a szerződésekre is alkalmazandó, amelyekben a fogyasztók digitális tartalmat vagy digitális szolgáltatásokat kapnak, és a fogyasztók személyes adatokat szolgáltatnak vagy ilyen adatok szolgáltatására vállalnak kötelezettséget. A digitális tartalomról szóló irányelv attól függetlenül alkalmazandó, hogy a személyes adatokat a szerződés megkötésekor vagy egy későbbi időpontban bocsátják a kereskedő rendelkezésére, például abban az esetben, ha a fogyasztó hozzájárul a személyes adatok kezeléséhez. Az (EU) 2019/2161 irányelv által bevezetett módosításokat követően (2022. május 28-tól) a fogyasztók jogairól szóló irányelvet is alkalmazni kell a digitális szolgáltatásokra és digitális tartalomra irányuló szerződések esetében, amennyiben a fogyasztók személyes adatokat szolgáltatnak vagy ilyen adatok szolgáltatására vállalnak kötelezettséget.

Példa:

- Egy fogyasztóvédelmi hatóság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke alapján pénzbírságot szabott ki egy online platformra azért a megtévesztő állításért, hogy a szolgáltatása „ingyenes” vagy „tértítségmentes”, mert a vállalat bevételei abból származnak, hogy elemzik a felhasználók személyes adatait és az információkat harmadik fél kereskedőknek értékesítik⁽²⁵⁹⁾.
- Egy fogyasztóvédelmi hatóság (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke alapján) pénzbírságot szabott ki egy online platformra azért, mert az megtévesztette a felhasználókat, és a felhasználói fiók létrehozása során nem értesítette őket azonnal és megfelelő módon arról, hogy a megadott adatokat kereskedelmi célokra, általánosabban pedig a szolgáltatás alapjául szolgáló jövedelemszerző célokra használják fel, ehelyett a szolgáltatás ingyenes jellegére helyezte a hangsúlyt⁽²⁶⁰⁾.

⁽²⁵⁸⁾ „A digitális tartalomról szóló irányelv”.

⁽²⁵⁹⁾ Vj-85/2016/189, Facebook Ireland Ltd, 2019. december 16.

⁽²⁶⁰⁾ AGCM, PS11112 – Facebook, 2018. november 29.

3.5. Rendezvényekre szóló, automatizált eszközökkel megvásárolt jegyek viszonteladása – 23a. pont

I. melléklet 23a. pont

„Rendezvényekre szóló jegyek viszonteladása fogyasztók részére, ha a kereskedő azokat automatizált eszközökkel vásárolta meg, hogy megkerülje az egy személy által megvásárolható jegyek számára vonatkozó korlátozásokat vagy a jegyvásárlásra alkalmazandó bármely más szabályt.”

Az (EU) 2019/2161 irányelv a 23a. pontban új tiltott kereskedelmi gyakorlattal egészítette ki a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet, s eszerint a kereskedők nem értékesíthetnek a fogyasztóknak olyan, kulturális és sporteseményekre szóló jegyeket, amelyeket **speciális szoftverek („botok”) segítségével vásároltak meg.**

Az ilyen automatizált eszközök lehetővé teszik a kereskedők számára, hogy az elsődleges jegyértékesítő által megszabott technikai korlátokat meghaladó mennyiségű jegyet vásároljanak, vagy megkerüljenek minden más olyan technikai eszközt, például az online vásárlási sor megszervezését, amelyet az elsődleges eladó azért léptetett életbe, hogy mindenki számára biztosítsa a jegyekhez való hozzáférést. A tilalom arra az esetre is vonatkozik, ha a jegyeket az automatizált szoftver „fenntartja”, de azokat külön, más módon fizetik ki. Akkor is alkalmazandó, ha a jegy viszonteladója olyan harmadik féltől szerzi meg a jegyeket, aki botokat használt jegyvásárlásra. Az a tény, hogy a bot viszonteladó általi használata ismert volt az elsődleges jegyértékesítő számára, nem releváns a tilalom szempontjából, amíg a használata lehetővé tette a viszonteladó számára, hogy ezeket a jegyeket a többi vásárlónál nagyobb számban vásárolja meg.

A tilalom általában azokra az „rendezvényekre” vonatkozik, amelyek magukban foglalják az (EU) 2019/2161 irányelv (50) preambulumbekzdésében kifejezetten említett kulturális és sporteseményeket, valamint egyéb szabadidős tevékenységeket. Csak azokra a technikai intézkedésekre vonatkozik, amelyeket a viszonteladó az elsődleges jegyértékesítő által annak érdekében alkalmazott technikai intézkedések megkerülésére használ, hogy korlátozza az egyes vevőknek eladott jegyek számát vagy kezelje az értékesítési folyamatot. Az ilyen intézkedéseket az elsődleges értékesítő a saját kezdeményezésére vagy a nemzeti jogszabályokban foglalt követelmények alapján hajthatja végre.

Az I. melléklet 23a. pontjában foglalt tilalom kiegészíti a tisztességtelen gyakorlatokról szóló irányelv tisztességtelen gyakorlatokra vonatkozó általános rendelkezéseit a jegyek viszonteladásának e sajátos aspektusa tekintetében. Az (EU) 2019/2161 irányelv (50) preambulumbekzdése kifejti, hogy a tilalom nem érinti a tagállamok által esetlegesen bevezetett egyéb nemzeti szintű intézkedéseket, amelyek célja a fogyasztók jogos érdekeinek védelme, valamint a kultúrpolitikai intézkedések, illetve a kulturális és sportrendezvényekhez való általános és széles körű hozzáférés biztosítása, például a jegyek viszonteladási árának szabályozása révén.

3.6. Tartós marketing távközlési eszközön keresztül – 26. pont

I. melléklet 26. pont

„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 jogoszerűnek ismer el. Ez nem érinti a 97/7/EK irányelv 10. cikkét, a 95/46/EK [...] és a 2002/58/EK irányelvet.”

Ennek a tilalomnak az a célja, hogy **védjék a fogyasztókat a távértékesítési eszközökkel való nyaggatással szemben.** Az I. melléklet 26. pontja nem önmagát a távolból történő marketinget tiltja, hanem **a tartós és nem kívánt sürgetést** ⁽²⁶¹⁾.

Példa:

Egy biztosítási tanácsadó online és offline újságokban keresett balesetekről beszámoló híreket, majd az áldozatoknak szabványlevelet küldött, amelyben tanácsadást és segítséget kínált kártérítési kérdésekben. Egy nemzeti bíróság úgy ítélte meg, hogy egyetlen levél elküldése egy személynek nem minősül az I. melléklet 26. pontja szerinti „tartós és nem kívánt sürgetésnek” ⁽²⁶²⁾.

Az **elektronikus adatvédelemről szóló 2002/58/EK irányelv** 13. cikke konkrét szabályokat rögzít az elektronikus hírközlő hálózatok (vagyis telefon vagy e-mail) használatával küldött nem kívánt tájékoztatásra vonatkozóan. Az automatikus hívóberendezések, faxberendezések, illetve elektronikus levelek közvetlen üzletszerzési célból történő használata kizárólag az ahhoz előzetesen hozzájáruló előfizetők vonatkozásában lehetséges. Amennyiben azonban egy természetes vagy jogi személy elektronikus levelezés céljából megszerzi ügyfeleitől elektronikus elérhetőségi adataikat egy termék vagy szolgáltatás értékesítésének összefüggésében, ugyanez a természetes vagy jogi személy akkor használhatja fel ezeket az elektronikus elérhetőségi adatokat saját hasonló termékeivel vagy szolgáltatásaival kapcsolatos közvetlen üzletszerzési célra, ha az ügyfelek számára – az elérhetőségi adatok gyűjtésének időpontjában és minden egyes üzenet küldésekor,

⁽²⁶¹⁾ Lásd még a folyamatban lévő C-102/20. sz. StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz ügyet, amely valószínűleg tisztázza e tilalomnak az elektronikus postafiókban megjelenő reklámokra való alkalmazását.

⁽²⁶²⁾ 4 Ob 174/09f, OGH (Oberster Gerichtshof), 2010. január 19.

amennyiben az ügyfél az ilyen felhasználást első alkalommal nem tagadta meg – egyértelműen és kifejezetten lehetőséget biztosít arra, hogy az elektronikus elérhetőségi adatok ilyen célú felhasználása ellen díjmentes és egyszerű módon kifogással élhessenek. Ezek az ágazati rendelkezések elsőbbséget élveznek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel szemben, ami azt jelenti, hogy az ilyen megkereséseknek nem kell tartósnak lenniük, és a tagállamok kötelesek büntetni már az első hívást vagy e-mailt.

Ha az adatkezelő marketing célból felhasználja a **személyes adatokat** (például a szolgáltatás igénybe vevőjének nevét és/vagy címét vagy egy azonosítható személyhez köthető egyéb adatokat), ez az ilyen adatok **uniós adatvédelmi törvény** értelmében történő kezelését jelenti. Az általános adatvédelmi irányelvben foglalt biztosítékoknak és kötelezettségeknek eleget kell tenni, ideértve az egyének tájékoztatását arról, hogy az adatkezelésre bármilyen marketingtevékenység előtt sor kerül, és lehetőséget kell biztosítani az egyének számára, hogy kifogásolják személyes adataik e célból történő kezelését (az általános adatvédelmi irányelv 21. cikkének (2) bekezdése).

A **postai és egyéb nyomtatott reklám** útján történő marketingre vonatkozóan nincsenek hasonló ágazati uniós szabályok. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, és különösen az I. melléklet 26. pontja kimerítően szabályozza ezeket. Ezért a **mindenféle címzés nélküli nyomtatott reklámot tiltó nemzeti rendelkezések** meghaladják a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv teljeskörűen harmonizált rendelkezéseit, kivéve, ha a fogyasztók előzetes hozzájárulásukat adják (opt-in). Egy ilyen tilalom csak akkor megengedett, ha nem tartozik az irányelv hatálya alá, vagyis nem az a célja, hogy **megvédje a fogyasztók gazdasági érdekeit**. Néhány tagállam különböző okokból, például a környezet védelme (a marketinganyagokra elpazarolt papír mennyiségének csökkentése) miatt megvédett ilyen tilalmakat.

3.7. Közvetlenül gyermekeknek szóló felhívások – 28. pont

I. melléklet 28. pont

„A reklámban a gyermekek közvetlen felszólítása a reklámozott termékek megvásárlására, vagy arra, hogy győzzék meg szüleiket vagy más felnőtteket, hogy vásárolja meg számukra a reklámozott termékeket. Ez a rendelkezés nem érinti a televíziós műsor-szolgáltatásról szóló 89/552/EGK irányelv 16. cikkét.”

E tilalom hatálya alá tartozik a gyermekekre gyakorolt nyomás annak érdekében, hogy közvetlenül megvásároljanak egy terméket vagy rábírjanak egy felnőttet („nyaggyatással”) arra, hogy vegyenek meg számukra valamit. Számos kereskedő tett ismételt panaszt e tilalommal kapcsolatban arra hivatkozva, hogy nehéz lehet **megkülönböztetni a gyermekekre irányuló marketinget** az egyéb fogyasztókra irányuló marketingtől. Hasonlóképpen, néha nem egyértelmű, **hogy egy kereskedelmi gyakorlat tartalmaz-e közvetlenül a gyermekeknek szóló felhívásokat**.

Mindazonáltal azt, hogy egy kereskedelmi gyakorlat az I. melléklet 28. pontjának hatálya alá tartozik-e, az adott eset valamennyi tényének és körülményének figyelembevételével kell megvizsgálni. Az értékelés különböző tényezőket vehet figyelembe, így például a **marketing kialakítását**, a marketingre használt **eszközt**, a **nyelvezetet**, a **gyermekek számára különösen vonzó témák vagy karakterek** jelenlétét, a **korhatár korlátozását**, a vásárláshoz szükséges **közvetlen linkek** feltüntetését stb. ⁽²⁶³⁾. A nemzeti végrehajtó hatóságokat vagy bíróságokat **nem köti a szóban forgó kereskedelmi gyakorlat célcsoportjának kereskedő általi saját meghatározása**, noha ez a meghatározás figyelembe vehető. Az értékelésnek figyelembe kell vennie azokat a lépéseket is, amelyeket a kereskedő annak érdekében tett, hogy megvédje a kiskorúakat a közvetlen felhívásoktól. A kereskedőknek a marketinget a gyakorlat által ténylegesen elérhető fogyasztókhoz kell igazítaniuk, nem csak a megcélzott célcsoporthoz.

Példa:

- Egy olyan játékközösséget érintő online kereskedelmi gyakorlat, amelyben a gyerekek virtuális babákat öltöztetnek, felhívta a gyerekeket, hogy „vásárolj többet”, „vásárolj itt”, „frissíts most” és „frissíts a Superstarra”. Egy nemzeti bíróság megtiltotta ezt a gyakorlatot azon az alapon, hogy a kijelentések az I. melléklet 28. pontjának alkalmazásában közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásoknak minősültek ⁽²⁶⁴⁾.
- Egy koncertszervező egy Justin Bieber koncertre a következő felhívással reklámozta a jegyeket: „Belibers — még számos üzletben kapható RIMI-kártya. Rohanj, pattanj bringádra vagy vitesd el magad!” és „Ne felejsd el jegyet venni a Bieber-expressre sem, amikor megveszed ma a koncertjegyed a RIMI-nél”. Egy nemzeti bíróság ezt az I. melléklet 28. pontja megsértésének minősítette ⁽²⁶⁵⁾.

⁽²⁶³⁾ Lásd még: ICPEN, Best Practice Principles for Marketing Practices directed towards Children Online (A gyermekekre irányuló online kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó bevált gyakorlatok alapelvei), 2020. június.

⁽²⁶⁴⁾ MD 2012:14, Norvég Piacfelügyelet, 2012. december 6., Stardoll.

⁽²⁶⁵⁾ MR-2012-1245-2, Norvég Piacfelügyelet, 2013. december 3., Atomic Soul.

- Egy nemzeti hatóság szerint agresszív gyakorlat, amikor egy bank a 10. életévüket betöltő gyermekeknek közvetlen üzletszerzési célú levelet küld. A levélben a gyermekeket meghívta a bank fióküzletébe, hogy 10. születésnapjuk alkalmából kézhez kapják személyes Visa Electron kártyájukat ⁽²⁶⁶⁾.
- Egy nemzeti hatóság egy versenyhirdetésben olyan közvetlen felhívást azonosított, amelyre kiterjesztett valóság (AR) alkalmazásával került sor. Az olvasó letöltött egy AR-alkalmazást a telefonjára, és videóanyagokkal társuló történeteket néz. A videók számos képregényszerű képi elemet és hanghatást tartalmaznak. A történet végén az alkalmazásban megjelenik egy szerencsekerék, és az olvasónak lehetősége nyílik arra, hogy koncertjegyet nyerjen. Ha az olvasó nem elég szerencsés és nem nyer, a szerencsekerék mellett egy olyan link jelenik meg, amely arra ösztönzi az olvasót, hogy „nézze meg a jegyeket”. Ugyanebben a helyzetben a virtuális avatar arra ösztönzi az olvasót, hogy „kattintson ide és vásároljon jegyeket”. A nemzeti hatóság szerint ez vásárlásra való közvetlen felhívás, különösen azért, mert a kapcsolódó linken jegyeket lehetett vásárolni. A nemzeti hatóság emellett úgy vélte, hogy az AR-tartalmak és hirdetések gyermekeknek szólnak, és azokat egy, a gyermekközönséget megcélzó képregényben tették közzé ⁽²⁶⁷⁾.
- Egy tagállami bíróság megvizsgálta azt a kérdést, hogy egy online áruházra mutató link megjelenítése közvetlen vásárlásra való felhívásnak minősül-e. A bíróság megállapította, hogy az egyes szám 2. személyt és gyermekekre jellemző kifejezéseket használó hirdetések elsősorban gyermekeket céloznak meg, és az ilyen vásárlásra való közvetlen felhívás akkor is az I. melléklet 28. pontjának hatálya alá tartozik, ha a reklámozott termékek ára és jellemzői csak a linkre kattintva jelennek meg ⁽²⁶⁸⁾.
- Egy hasonló esetben a tagállami bíróság úgy ítélte meg, hogy a közvetett vásárlási felhívások nem tartoznak az I. melléklet 28. pontjában foglalt tilalom hatálya alá, és a reklámozott termékek rendeltetésére való utalásként határozhatók meg. Ebben az esetben a reklámműveket és az online áruházra mutató linkeket az alábbi üzenet kísérte: „Ha te is szeretnél egyet, az alábbi linkek segítségével rendelheted meg a konzolodra”. Megállapítást nyert, hogy a vásárlási lehetőségre vonatkozó tájékoztatás, illetve a felhasználó virtuális üzlethelyiségbe való meghívása nem elfogadhatatlan ⁽²⁶⁹⁾.
- 2021-ben egy végrehajtó hatóság pénzbírságot szabott ki egy online játék üzemeltetőjére és több online véleményformáló ügynökségre az I. melléklet 28. pontjában foglalt tilalom megsértése miatt. A játékot számos online csatornán népszerűsítették, és arra ösztönözték a gyermekeket és serdülőket, hogy emelt díjas SMS-üzenetben lépjenek kapcsolatba egy állatkarakterrel. Ezzel a gyermekeket közvetlenül felhívták vásárlásra. Ezenkívül a pénzbírság figyelembe vette a kereskedő és a véleményformálók megtévesztő gyakorlatait, mivel bizonyos reklámokat és promóciókat nem jelölték meg ennek megfelelően, és megtévesztették a fogyasztókat, rávéve őket a reklám megtekintésére ⁽²⁷⁰⁾.

2013-ban és 2014-ben a Bizottság és a nemzeti hatóságok **közös végrehajtási intézkedéseket hajtottak végre olyan online játékok vonatkozásában**, amelyek játék közben vásárlási lehetőséget kínálnak (alkalmazáson belüli vásárlások), és amelyek vonzóak lehetnek a gyermekek számára, vagy amelyekkel a gyermekek valószínűleg játszanak; ezzel részletebben a 4.2.9. szakasz foglalkozik ⁽²⁷¹⁾. A hatóságok úgy ítélték meg, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 28. pontja azokra a játékokra is vonatkozik, amelyek vonzóak lehetnek a gyermekek számára, és nem csak azokra, amelyek kizárólag vagy kifejezetten gyermekeket céloznak meg. Egy játék vagy alkalmazás és az abban foglalt felhívás gyermekekre irányulónak minősülhet az I. melléklet 28. pontja értelmében, ha a kereskedő észszerűen előre láthatja, hogy a gyermekek azt vonzónak találhatják.

3.8. Nyeremények – 31. pont

I. melléklet 31. pont

„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 nyeremény vagy egyéb előny,

vagy

- a nyeremény vagy egyéb előny érvényesítésével kapcsolatos cselekmény megtétele ahhoz a feltételhez kötött, hogy a fogyasztó pénzt fizessen vagy költségek viselését vállalja.”

⁽²⁶⁶⁾ Finn Verseny- és Fogyasztóvédelmi Hatóság, 2013. március 1., Nordea Oyj, KUV/5564/41/2012.

⁽²⁶⁷⁾ Finn fogyasztóvédelmi ombudsman, KKV/54/14.08.01.05/2019. sz. határozat.

⁽²⁶⁸⁾ Német Szövetségi Bíróság, I ZR, 34/12. sz. Runes of Magic ügy, 2013. július 17.

⁽²⁶⁹⁾ Osztály Legfelsőbb Bíróság, 4 Ob 95/13v. sz. Disney Universe ügy, 2013. július 9.

⁽²⁷⁰⁾ Gazdasági Versenyhivatal, VJ/3/2020. sz. Global AWA Pty Ltd et al ügy, 2021. május 26.

⁽²⁷¹⁾ Sajtóközlemény, 2014. július 18.: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_hu.htm

Az első kategória (azaz amikor nincs nyeremény) értékelése eléggé egyértelmű. Ahhoz, hogy a kereskedők ne szegiék meg e tilalmat, **mindig tudniuk kell bizonyítani, hogy pontosan úgy adták át a nyereményt vagy biztosítottak hasonló előnyt, ahogyan az a fogyasztókat célzó hirdetésükben szerepelt.** Ennek elmulasztása esetén a gyakorlat a tilalom hatálya alá tartozik.

Példa:

- Egy kereskedő azzal az állításával, hogy mindenkinek, aki részt vesz egy adott szerencsejátékban, esélye lesz megnyerni egy laptopot, azt a hamis benyomást keltette, hogy a fogyasztók nyerhetnek. A valóságban nem lehetett ilyen számítógépet nyerni ⁽²⁷²⁾.
- Egy kereskedő azt a hamis benyomást keltette, hogy egy fogyasztó nyert, amikor a fogyasztónak írt levélben félreérthetetlenül kijelentette, hogy a fogyasztó nyert 18 000 eurót, miközben ilyen nyeremény a valóságban nem létezett. Egy nemzeti bíróság egyértelművé tette, hogy ez a kereskedelmi gyakorlat ellentétes a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklet 31. pontját átültető nemzeti törvénnyel ⁽²⁷³⁾.

A 31. pont második része (a nyeremény vagy egyéb előny érvényesítése ahhoz a feltételhez kötött, hogy a fogyasztó pénzt fizessen vagy költségek viselését vállalja) olyan csalárd gyakorlatokra vonatkozik, amikor például a fogyasztókat arról értesítik, hogy nyertek valamit, de **emelt díjas telefonszámot kell felhívniuk** ahhoz, hogy nyereményüket igényelhessek, vagy amikor a fogyasztót először értesítik, hogy valamit nyert, majd később kiderül, hogy először **egy másik terméket vagy szolgáltatást kell megrendelnie ahhoz, hogy megkapja a meghirdetett nyereményt** vagy azzal egyenértékű előnyhöz jusson.

A Bíróság tisztázta, hogy az ilyen gyakorlatok még akkor is tiltottak az I. melléklet 31. pontja értelmében, ha a fogyasztó által a nyeremény igényléséért (vagyis a nyeremény jellegéről történő tájékoztatáskérésért vagy a nyeremény átvételéért) fizetendő költség a nyeremény értékéhez képest minimális, például egy bélyeg esetében, függetlenül attól, hogy az ilyen költségek megfizetése bármilyen előnyhöz juttatja-e a kereskedőt ⁽²⁷⁴⁾.

Példa:

Egy csomagküldő vállalat promóciós anyagokat küldött postai úton az állítva, hogy a fogyasztó számára „100 %-ban garantált, hogy ő az egyik kiválasztott, aki egy elektronikai terméket fog kapni. Ez a termék ingyenes!” A fogyasztóknak valójában két napon belül válaszolniuk kellett, és 19,99 eurót kellett fizetniük az „adminisztrációs és szállítási költségek” fedezésére. Egy fogyasztóvédelmi hatóság megállapította, hogy a fogyasztókban hamisan keltették azt a benyomást, hogy már nyertek valamit, miközben a promóciós értesítő kézhezvételét követő kettő napon belül díj megfizetésére hívták fel őket, és ezzel megsértették az I. melléklet 31. pontját és egyéb feketelistáz tevékenységek tilalmát, például az „ingyenes” kifejezés használata miatt a 20. pontot ⁽²⁷⁵⁾.

4. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELV ALKALMAZÁSA KONKRÉT TERÜLETEKEN

4.1. Fenntarthatóság

4.1.1. Környezetbarát jellegre vonatkozó állítások

A „környezetbarát jellegre vonatkozó állítások” vagy „zöld állítások” olyan gyakorlatra utalnak, amely azt sugallja vagy másként azt a benyomást kelti (egy kereskedelmi kommunikációban, marketing- vagy reklámanyagban), hogy az adott termék vagy szolgáltatás **kedvező hatással van a környezetre, nincs hatással a környezetre vagy kevésbé ártalmas a környezetre**, mint a konkurens áruk vagy szolgáltatások. Ennek oka lehet például az összetétele, az előállításának vagy termelésének módja, a megsemmisítésének módja és a használatának köszönhetően várhatóan csökkenő energiafogyasztás vagy szennyezés. Ha az ilyen állítások nem igazak vagy nem ellenőrizhetők, a gyakorlatot gyakran zöldrefestésnek („greenwashing”) nevezik. A honlapoknak a Bizottság és a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok által 2020-ban végzett összehangolt átvilágítása megerősítette a homályos, túlzó, hamis vagy megtévesztő zöld állítások gyakoriságát ⁽²⁷⁶⁾.

A zöldrefestés az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kapcsolatok összefüggésében az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatainak a termékek környezeti tulajdonságait érintő bármely formájához kapcsolódhat. A körülményektől függően ez magában foglalhatja bármely szervezet által közzétett állítások, információk, szimbólumok, logók, grafikák és márkanév minden típusát és azok kölcsönhatásait színekkel a csomagoláson, címkézéssel, reklámban, illetve minden médiában (beleértve a honlapokat), ha az adott szervezet „kereskedőnek” minősül, és a fogyasztókkal szemben kereskedelmi gyakorlatokat folytat.

⁽²⁷²⁾ Prágai Városi Bíróság, 2014. október 29., Golden Gate Marketing kontra Cseh Kereskedelem-felügyeleti hatóság ügy.

⁽²⁷³⁾ Audiencia Provisional de Barcelona, 2014. június 26., 323/2014. sz. ügy.

⁽²⁷⁴⁾ A Bíróság 2012. október 18-i ítélete, Purely Creative e.a. kontra Office of Fair Trading, C-428/11.

⁽²⁷⁵⁾ Consumentenautoriteit, a CA/NB/544/10. sz. Garant-o-Matic B.V. ügy, 2010. szeptember 21.

⁽²⁷⁶⁾ Sajtóközlemény, 2021. január 28., A weboldalak átvilágítása – fókuszban a „zöldrefestés”: a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások fele megalapozatlan, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/ip_21_269

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem rendelkezik konkrét szabályokról a környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentéseket illetően. Ugyanakkor biztosítja annak jogalapját, hogy a kereskedők ne tegyenek környezetbarát jellegre vonatkozó kijelentéseket a fogyasztókkal szemben tisztességtelen módon. Nem akadályozza a „zöld állítások” használatát, amíg azok nem tisztességtelenek. Ellenkezőleg, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv segíthet a kereskedőknek abban, hogy befektessenek termékeik környezeti teljesítményébe, mivel lehetővé teszi számukra, hogy átláthatóan tájékoztassák a fogyasztókat az ilyen törekvéseikről, és megakadályozza, hogy a versenytársak a környezetbarát jellegre vonatkozó megtévesztő kijelentéseket tegyenek.

Az **új fogyasztóügyi stratégia** ⁽²⁷⁷⁾ és a **körforgásos gazdaságra vonatkozó, 2020. évi cselekvési terv** ⁽²⁷⁸⁾ további javaslatokat irányoz elő a zöldrefestés kezelésére. A Bizottság emellett olyan kezdeményezéseken dolgozik, mint például a **szén-dioxid-eltávolítás tanúsítására** vonatkozó szabványok kidolgozása ⁽²⁷⁹⁾.

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások összefüggésében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv megsértéséből eredő kár miatti **fogyasztói jogorvoslat** – például kárpótlás, árcsökkentés és szerződésbontás – tekintetében lásd az 1.4.3. szakaszt.

4.1.1.1. Kölcsönhatás a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokkal foglalkozó egyéb uniós jogszabályokkal

A 3. cikk (4) bekezdése és a (10) preambulumbekzdés meghatározza azt az elvet, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egyfajta „biztonsági hálóként” kiegészíti az egyéb uniós jogszabályokat, az összes ágazatban biztosítva az egységesen magas szintű fogyasztóvédelmet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben. A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások területén a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv például az alábbi jogi aktusokat egészíti ki:

- Az Európai Parlament és a Tanács 66/2010/EK rendelete ⁽²⁸⁰⁾ az uniós ökocímekről;
- az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/1369 rendelete ⁽²⁸¹⁾ az energiacímkzés keretének meghatározásáról;
- az 1999/94/EK irányelv az új személygépkocsik forgalmazása alkalmával a tüzelőanyag-fogyasztásról és CO₂-kibocsátásról szóló vásárlói információk rendelkezésre állásáról;
- az (EU) 2018/2002 irányelvvel ⁽²⁸²⁾ módosított, az energiahatékonyságról szóló 2012/27/EU irányelv ⁽²⁸³⁾;
- a 2010/31/EU irányelv az épületek energiahatékonyságáról ⁽²⁸⁴⁾;

⁽²⁷⁷⁾ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak – Új fogyasztóügyi stratégia A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében (COM(2020) 696 final), 2020.11.13.

⁽²⁷⁸⁾ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Az európai egészségügyi unió kiépítése: A tisztább és versenykéesebb Európát szolgáló, körforgásos gazdaságra vonatkozó új cselekvési terv (COM(2020) 98 final), 2020.3.11. A Bizottság 2013/179/EU ajánlása (2013. április 9.) a termékek és a szervezetek életciklus-alapú környezeti teljesítményének mérésére és ismertetésére szolgáló egységes módszerek alkalmazásáról (HL L 124., 2013.5.4., 1. o.), és annak bármely naprakésszé tétele.

⁽²⁷⁹⁾ A körforgásos gazdaságra vonatkozó cselekvési tervben a Bizottság bejelentette a szén-dioxid-eltávolítás tanúsítására vonatkozó szabályozási keretre irányuló kezdeményezést. Ez a szén-dioxid-eltávolítási tanúsítási mechanizmus támogatná a klímasegítségességi célkitűzésével összeegyeztethető mértékű szén-dioxid-eltávolítási megoldások bevezetését.

⁽²⁸⁰⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 66/2010/EK rendelete (2009. november 25.) az uniós ökocímekről (HL L 27., 2010.1.30., 1. o.).

⁽²⁸¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/1369 rendelete (2017. július 4.) az energiacímkzés keretének meghatározásáról és a 2010/30/EU irányelv hatályaon kívül helyezéséről (HL L 198, 2017.7.28., 1. o.).

⁽²⁸²⁾ Ezen irányelv 9. cikkének (2) bekezdése előírja, hogy amennyiben a felhasználók „okos mérővel” rendelkeznek a földgáz és/vagy a villamos energia tekintetében, „a fogyasztásmérő rendszerek tájékoztatást nyújtsanak a végső felhasználóknak a használat tényleges idejéről”, a 10. cikk (1) bekezdése pedig kimondja, hogy „amennyiben a végső felhasználók nem rendelkeznek intelligens mérővel”, gondoskodni kell „a pontos és tényleges fogyasztáson alapuló számlázási adatokról”.

⁽²⁸³⁾ Nevezetesen a földgázra és villamos energiára vonatkozó számlainformációkról szóló 10. cikk módosítása előírja, hogy a VII. melléklet 1.1. pontjával összhangban a villamos energia és a gáz tekintetében a számlainformációk megbízhatóak, pontosak és a tényleges fogyasztáson alapulnak, amennyiben ez műszakilag lehetséges és gazdaságilag indokolt; a 9a. cikk előírja, hogy a végső felhasználókat olyan versenyképes árú mérőkkel lássák el, amelyek pontosan tükrözik tényleges energiafogyasztásukat.

⁽²⁸⁴⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/944 irányelve (2019. június 5.) a villamos energia belső piacára vonatkozó közös szabályokról és a 2012/27/EU irányelv módosításáról (HL L 158., 2019.6.14., 125. o.). Ezen irányelv 10. cikke szerint az energiahatékonysági tanúsítványoknak lehetővé kell tenniük a tulajdonosok és a bérlők számára, hogy összehasonlítsák és értékeljék az épületek energiahatékonyságát. Az energiahatékonysági tanúsítványban szerepel például, hogy „a tulajdonos vagy a bérlő hol kaphat részletesebb tájékoztatást, többek között az energiahatékonysági tanúsítványban foglalt ajánlások[kal] [...] kapcsolatban”. A 12. cikk (2) és (3) bekezdése szerint az energiahatékonysági tanúsítványt „be kell mutatni a leendő új bérlőnek vagy vevőnek, és át kell adni a vevőnek vagy az új bérlőnek”, amikor az épületet megépítik, értékesítik vagy bérbe adják, és amennyiben erre az épület megépítése előtt kerül sor, az eladónak be kell mutatnia a jövőbeli energiahatékonyság értékelését. Nevezetesen a 12. cikk (4) bekezdése szerint az energiahatékonysági tanúsítvánnyal rendelkező épületek értékesítésre vagy bérbeadásra kínálásakor „a kereskedelmi médiában megjelenő hirdetésekben” szerepeljen az épület energiahatékonysági tanúsítványában feltüntetett energiahatékonyság-mutató.

- az (EU) 2020/740/EK rendelet a gumiabroncsok üzemanyag-hatékonyság és más lényeges paraméterek tekintetében történő címkézéséről ⁽²⁸⁵⁾;
 - az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/944 rendelete ⁽²⁸⁶⁾ a villamos energia belső piacáról;
 - A 2009/125/EK irányelv az energiával kapcsolatos termékek környezettudatos tervezésére vonatkozó követelmények megállapítási kereteinek létrehozásáról ⁽²⁸⁷⁾;
 - Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/848 rendelete ⁽²⁸⁸⁾ az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek jelöléséről;
 - az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/2001 irányelve ⁽²⁸⁹⁾ a megújuló energiaforrásokból előállított energia használatának előmozdításáról;
 - az Európai Parlament és a Tanács 2009/73/EK irányelve ⁽²⁹⁰⁾ a földgáz belső piacára vonatkozó közös szabályokról.
- Az alábbiakban néhány példa olvasható a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokkal foglalkozó konkrét uniós jogszabályok közötti kölcsönhatásra.

Példa:

- Az **energiacímkzés** keretének meghatározásáról szóló (EU) 2017/1369 rendelet tiltja az olyan kiegészítő címkéket és szimbólumokat, amelyek önmagukban megtéveszthetik a fogyasztókat az energiafogyasztás vagy más erőforrások fogyasztása tekintetében ⁽²⁹¹⁾. Ugyanakkor nem tartalmaz konkrét szabályokat arra vonatkozóan, hogy mi minősül megtévesztőnek. E tekintetben játszhat szerepet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv. Például egy bíróság az „A” energiahatékonysági osztályba sorolt hűtőgépeken/fagyasztókon feltüntetett „rendkívül energiatakarékos” szlogen használatát a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősítette. A piacon abban az időben kapható 543 berendezésből 308 tartozott az „A+” osztályba, és az összes fogalomban lévő berendezés 17 %-a „A++” besorolású volt ⁽²⁹²⁾.

⁽²⁸⁵⁾ Ez a rendelet a gumiabroncsok paramétereire vonatkozó, címkézés útján történő összehangolt információszolgáltatás kereteit határozza meg, lehetővé téve a végfelhasználók számára, hogy a gumiabroncs vásárlásakor tájékozottan döntsenek.

⁽²⁸⁶⁾ Ezen irányelv I. mellékletének 5. pontja értelmében a számlákon fel kell tüntetni az egyes energiaforrások részarányát a végfelhasználó által a villamosenergia-ellátási szerződéssel összhangban vásárolt villamosenergián belül. Az a) és b) albekezdés szerint a villamosenergia-szolgáltatóknak különösen meg kell határozniuk „minden egyes energiaforrás részarányát [...] a kereskedő előző évi teljes energiamixében” és „a kereskedő előző évi energiamixének környezeti hatásairól, de legalább a szén-dioxid-kibocsátásáról és a keletkezett radioaktív hulladék mennyiségéről” szóló információkat.

⁽²⁸⁷⁾ Ezen keretirányelv alapján termékspecifikus végrehajtási intézkedések révén minimumkövetelmények megállapítására kerül sor, például az izzók és háztartási készülékek vonatkozásában. Ezen irányelv 14. cikke szerint az alkalmazandó végrehajtási intézkedéssel összhangban a gyártók biztosítják, hogy a fogyasztók tájékoztatást kapjanak „a termék tartós felhasználhatóságában a fogyasztók által esetlegesen betöltött szerepéről”, valamint „amennyiben a végrehajtási intézkedések megkínálják, a termék ökológiai jellemzőiről” és a környezetbarát tervezés előnyeiről.”

⁽²⁸⁸⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/848 rendelete (2018. május 30.) az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek jelöléséről, valamint a 834/2007/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 150., 2018.6.14., 1. o.). E rendelet 30. cikke szabályozza az ökológiai termelésre utaló kifejezések használatát. A 33. cikk szabályozza az ökológiai termelés jelölésére szolgáló uniós logó használatát.

⁽²⁸⁹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/2001 irányelve (2018. december 11.) megújuló energiaforrásokból előállított energia használatának előmozdításáról (HL L 328., 2018.12.21., 82. o.). Lásd mindenekelőtt a 24. cikket, amely előírja, hogy a tagállamok gondoskodnak arról, hogy a végső fogyasztók könnyen hozzáférhető módon – például a szolgáltatók weboldalain, az éves számláikon vagy kérésre – tájékoztatást kapjanak az őket kiszolgáló távfűtési és távhűtési rendszerek energiahatékonyságáról, valamint arról, hogy azok milyen részarányban használnak megújuló energiát; továbbá a 19. cikket, amely szerint „A megújuló energiaforrásokból származó energiának az energiaszolgáltató által kínált energiamixben, valamint a fogyasztók részére megújuló energiaforrásokból előállított energiára hivatkozással forgalmazott szerződések keretében szolgáltatott energiamennyiségben való részarányának vagy mennyiségének a végső fogyasztó felé történő bizonyítása céljából a tagállamok biztosítják, hogy a megújuló energiaforrásokból előállított energia származása, mint olyan, ezen irányelv értelmében objektív, átlátható és megkülönböztetésmentes kritériumok alapján garantálható.” Felhívjuk továbbá a figyelmet az irányelv módosítására irányuló javaslatra (COM(2021) 557 final), amely bevezeti azt a követelményt, hogy a „zöld” ipari termékek címkéjén az uniós közös módszertan alapján fel kell tüntetni a felhasznált megújuló energia százalékos arányát.

⁽²⁹⁰⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2009/73/EK irányelve (2009. július 13.) a földgáz belső piacára vonatkozó közös szabályokról és a 2003/55/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (HL L 211., 2009.8.14., 94. o.).

⁽²⁹¹⁾ E rendelet 6. cikkének c) pontja értelmében tilos olyan címkék, jelzések, szimbólumok vagy feliratok feltüntetése, amelyek nem felelnek meg a rendelet követelményeinek, ha valószínűsíthetően félrevezetik vagy összezavarják a vásárlókat a használat közbeni energia- vagy egyéb erőforrás-fogyasztás tekintetében. A 3. cikk (1) bekezdése értelmében a végfelhasználók tudomására kell hozni a felhasznált villamos energia, egyéb energiaformák és adott esetben egyéb alapvető erőforrások fogyasztására vonatkozó információkat az eladásra, bérletre, részletvásárlásra kínált vagy a végfelhasználók számára távértékesítési eszközzel – többek között az interneten – bemutatott termékek termékismertető adatlapján és címkéjén.

⁽²⁹²⁾ 2013. évi MDEC-jelentés, 18. o.

- Egy gumiabroncsgyártó saját gumiabroncscímkével rendelkezett a gumiabroncsok forgalmazására. A címke a gumiabroncs teljesítményét hivatott ábrázolni téli útviszonyok között. A vállalat saját címkéje nagyon hasonló a **hivatalos uniós gumiabroncs címkéhez** ⁽²⁹³⁾, amelynek használata 2012 novembere óta kötelező. A gumiabroncsgyártó olyan jogvédett címkével reklámozta a gumiabroncsait, amely a fogyasztókban megtévesztően azt a benyomást kelthette, hogy a gumiabroncsok megfelelnek az uniós gumiabroncs címke megszerzéséhez előírt tesztelési és besorolási követelményeknek. A gumiabroncscímke továbbá nem adott megbízható képet a gumiabroncsok tulajdonságairól a más gyártók uniós címkével ellátott gumiabroncsaihoz képest. Egy bíróság megtiltotta a gumiabroncsgyártónak, hogy a fogyasztókat célzó marketinganyagokban a vállalat saját gumiabroncscímkéjét használja, kivéve, ha a vállalat egyértelműen megkülönbözteti azt az uniós gumiabroncscímkétől ⁽²⁹⁴⁾.
- Az (EU) 2019/944 irányelv értelmében a villamosenergia-szolgáltatóknak a számlázási adataikban fel kell tüntetniük „a kereskedő előző évi energiamixének környezeti hatásairól, de legalább a szén-dioxid-kibocsátásról és a keletkezett radioaktív hulladék mennyiségéről” szóló tájékoztatást, a szállító vállalatoknak pedig az I. melléklet 5. b) pontjával összhangban meg kell határozniuk energiamixük tényleges szén-dioxid-lábnymát.
- Egy kereskedő „környezetbarátként” reklámozta dízelautóit a fogyasztóknak, miközben a kipufogógáz-kibocsátási vizsgálatokat valójában kiiktató eszközök használatával manipulálták („Dieselgate” botrány). A szóban forgó autók környezeti jellemzőire vonatkozó állítások a kereskedő honlapján, reklámanyagaiban és termékei belistázásaiban jelentek meg. A Bíróság a C-693/18. sz. ügyben 2020. december 17-én hozott ítéletében megerősítette, hogy a kiiktató eszköz szoftver az **uniós típusjóváhagyási jogszabályok** értelmében jogellenes volt ⁽²⁹⁵⁾. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szempontjából a szóban forgó gyakorlat aggályokat vet fel az **5. cikk** (a szakmai gondossággal ellentétes gyakorlat), a **6. cikk** (a fogyasztók megtévesztő tájékoztatása a termék lényeges tulajdonságairól, például a termék reklámozott környezeti hatásáról) és az **I. melléklet 4. pontja** (az az állítás, hogy a terméket egy közjogi szerv jóváhagyta, de a termék nem felelt meg a jóváhagyás feltételeinek) értelmében. A nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok e rendelkezések alapján pénzbírságot szabtak ki ⁽²⁹⁶⁾.

4.1.1.2. Fő alapelvek

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokat illető alkalmazását az alábbi fő elvek alapján lehet összefoglalni ⁽²⁹⁷⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv megtévesztő tevékenységekről és mulasztásokról szóló **6. és 7. cikke** alapján a zöld állításoknak **valósnak kell lenniük, nem tartalmazhatnak hamis információkat, továbbá világos, konkrét, pontos és egyértelmű módon** kell feltüntetni őket annak érdekében, hogy ne tévesszék meg a fogyasztókat.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikke alapján a **kereskedőknek bizonyítékkal kell alátámasztaniuk állításaikat**, és az állítás megtámadása esetén e bizonyítékot érthető módon az illetékes végrehajtó hatóságok rendelkezésére kell bocsátaniuk.

Ezenkívül a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete** tartalmazza a minden esetben tiltott tisztességtelen gyakorlatok jegyzékét. Az I. melléklet több pontja konkrét állításokhoz vagy a vonatkozó tanúsítványok, címkék és magatartási kódexek marketingjéhez kapcsolódik.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében foglalt általános kikötés további lehetőséget biztosít a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok értékelésére. További „biztonsági hálóként” működik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egyéb rendelkezései által nem lefedett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok (vagyis amelyek nem megtévesztők, nem agresszívek, vagy nincsenek az I. mellékletben felsorolva) azonosítására. Tiltja azokat a kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek ellentétesek a **szakmai gondosság** által támasztott követelményekkel, ha azok valószínűsíthetően jelentősen torzítják az átlagfogyasztó gazdasági magatartását.

⁽²⁹³⁾ Az (EU) 2020/740 rendelet a gumiabroncsok üzemanyag-hatékonyság és más lényeges paraméterek tekintetében történő címkézéséről.

⁽²⁹⁴⁾ MAO:185/13.

⁽²⁹⁵⁾ A Bíróság 2020. december 17-i ítélete, CLCV és társai, C-693/18.

⁽²⁹⁶⁾ PS10211, Volkswagen, 2016. augusztus 4. ACM/UIT/23048, 2017. október 18. UOKiK, Volkswagen Group Poland, 2020. január 15.

⁽²⁹⁷⁾ Ezeket az elveket számos, a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokról szóló nemzeti (többek között CZ, DE, DK, FI, HU, LV, NL, NO, FR, IT) útmutató is tükrözi. Emellett a Bizottság koordinálta a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokkal foglalkozó, több érdekelt felet tömörítő, a nemzeti hatóságok, az európai üzleti és fogyasztói szervezetek, valamint a környezetvédelmi nem kormányzati szervezetek képviselőiből álló csoport (MDEC) munkáját. Az MDEC ajánlásokat fogalmazott meg a 2013. évi jelentésében (https://ec.europa.eu/consumers/archive/events/ecs_2013/docs/environmental-claims-report-ecs-2013_en.pdf) és a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások 2016. évi megfelelési kritériumaiban (https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/compliance_criteria_2016_en.pdf). Ez a tanács jogilag nem kötelező erejű, de beépült ebbe az iránymutató feljegyzésbe. Ezeket az elveket tükrözik a nemzetközi szabványok és az önszabályozás is, például az ISO 14021-2016 szabvány és a Nemzetközi Büntetőbíróság reklám- és marketingkommunikációs kódexe. A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások tételére és értékelésére vonatkozó, 2000-ben közzétett bizottsági iránymutatás további hasznos kritériumokat és példákat tartalmaz (http://ec.europa.eu/consumers/archive/cons_safe/news/green/guidelines_en.pdf).

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások területén a szakmai gondosságra vonatkozó előírás magában foglalhatja a **nemzeti és nemzetközi szabványokból és magatartási kódexekből** eredő elveket. A szakmai gondosság például megkövetelheti, hogy a kereskedők által a termékek környezeti értékeinek előmozdítására használt tanúsítási rendszerek megfeleljenek ezeknek az előírásoknak, és jelentős előnyökkel járjanak a fogyasztók számára, valamint hogy független ellenőrzés és auditálás tárgyát képezzék. A szakmai gondossággal ellentétes gyakorlatok akkor tisztességtelenek, ha ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készítetik az átlagfogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg, például a fogyasztó megvásárol egy adott terméket a tanúsítási rendszerhez való állítólagos csatlakozásból származó várható előnyök eredményeként. A nemzeti végrehajtó hatóságok az egyes esetek tényei és körülményei alapján értékelik az ilyen helyzeteket.

4.1.1.3. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke magában foglalja, hogy **a fogyasztóknak meg kell tudniuk bízni** a kereskedők által a **környezetbarát jellegre vonatkozóan tett állításokban**. Következésképpen ahhoz, hogy ne legyenek megtévesztők, a környezetbarát jellegre vonatkozó állításoknak valósnak kell lenniük, nem tartalmazhatnak hamis információkat, valamint **világos, konkrét, pontos és egyértelmű módon** kell feltüntetni őket.

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítás megtévesztő lehet, ha „**hamis információt tartalmaz, és ezáltal valótlan**” a 6. cikk (1) bekezdésének a)–g) pontjában felsorolt elemek tekintetében.

Példa:

- A „biológiailag lebontható” kifejezés használata olyan termékkel kapcsolatban, amely valójában biológiailag nem lebontható, vagy amelyen nem végeztek vizsgálatot ⁽²⁹⁸⁾.
- Az elektromos berendezések, például vasalók, porszívók, kávéfőzők „környezetbarát” („öko”) jelzővel ellátása, noha a tesztek azt mutatják, hogy ezek gyakran nem teljesítenek jobban, mint a hasonló termékek, vagy nem is kerül sor tesztekre ⁽²⁹⁹⁾.
- A gumiabroncsok „környezetbarát gumiabroncsként” való bemutatása és azok környezeti teljesítményének és az üzemanyag-fogyasztásra gyakorolt hatásának reklámozása, noha a tesztek vegyes eredményeket mutatnak ⁽³⁰⁰⁾.
- A műanyagok fenntartható, újrafeldolgozható és környezetbarát alternatíváiként bemutatott bambusztartalmú asztali felszerelések, amennyiben ezek a termékek valójában műanyagból, bambuszból (néha bambuszporból), valamint melaminból és formaldehidből készült gyantából állnak, amelyek különböző formák (edények, tálak stb.) és merevségi fokok előállításához szükségesek ⁽³⁰¹⁾.

A környezetbarát jelleggel kapcsolatos állítás akkor is megtévesztő lehet, ha az „**félrevezeti vagy félrevezetheti az átlagfogyasztót, még akkor is, ha a benne szereplő információ ténszerűen helytálló**” a 6. cikk (1) bekezdésének a)–g) pontjában hivatkozott elemek tekintetében.

Ennek megfelelően a **termék ábrázolásának és általános megjelenítésének** (vagyis a kivitelezés, színválasztás, képek, ábrák, hangok, szimbólumok vagy címkék megválasztása) is hitelesen és pontosan kell ábrázolnia a környezeti előnyöket, és nem szabad eltúloznia az elért előnyöket. Az eset körülményeitől függően az implicit állítások magukban foglalhatják a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó képek (például fák, esőerdők, víz, állatok) és színek (például kék vagy zöld háttér vagy szöveg) használatát.

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások valószínűleg megtévesztők, ha **homályos és általános megállapításokat tartalmaznak a környezeti előnyökről** anélkül, hogy megfelelően alátámasztanák az előnyöket, és nem jelölik meg a termék azon releváns aspektusát, amelyre az állítás hivatkozik. Ilyen állítások például az alábbiak: „környezetbarát”, „ökobarát”, „öko”, „zöld”, „a természet barátja”, „ökológiai”, „klímabarát”, „környezetkímélő”, „szennyező anyagoktól mentes”, „biológiailag lebontható”, „kibocsátásmentes”, „alacsony szén-dioxid-kibocsátású”, „szén-dioxid-semleges”, „karbonsemleges”, „klímasemleges” és az olyan általánosabb állítások is, mint például „tudatos” vagy „felelős”.

⁽²⁹⁸⁾ Lásd például a műanyagok nyílt környezetben való biológiai lebonthatóságáról szóló, 2020. decemberi tudományos véleményt: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/support-policy-making/scientific-support-eu-policies/group-chief-scientific-advisors/biodegradability-plastics-open-environment_en

⁽²⁹⁹⁾ Which?, Greenwashing claims investigated, 2012. augusztus.

⁽³⁰⁰⁾ Institut national de la Consommation, Les pneus verts tiennent ils leurs promesses?, '60 millions de consommateurs edition n°476, 2012. november.

⁽³⁰¹⁾ Lásd még az élelmiszerekkel rendeltetésszerűen érintkezésbe kerülő anyagokról és tárgyakról, valamint a 80/590/EGK és a 89/109/EGK irányelv hatályaon kívül helyezéséről szóló, 2004. október 27-i 1935/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (HL L 338., 2004.11.13., 4. o.) 3. cikkének (2) bekezdését, amely előírja, hogy egy anyag vagy tárgy jelölése, reklámozása vagy kiszerelése nem tévesztheti meg a fogyasztókat.

Az ilyen megalapozatlan állítások bizonyos esetekben valószínűsíthetően azt a benyomást keltik a fogyasztókban, hogy a kereskedő valamely termékének vagy tevékenységének nincs negatív hatása vagy csak pozitív hatása van a környezetre. Ezek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdése a) pontjának és b) pontjának hatálya alá tartozhatnak, ha valószínűsíthetően megtévesztik az átlagfogyasztókat, és olyan üzleti döntés meghozatalára készítetik őket, amelyet egyébként nem hoztak volna meg.

Mivel az olyan kifejezések, mint a „tudatos” és „felelős”, számos szempontra vonatkozhatnak, ideértve a társadalmi és gazdasági körülményeket is, az ilyen állítások akkor is megtévesztőnek minősülhetnek, ha minősítettek, mivel homályosak és kétértelműek.

Homályos és kétértelmű állítások alkalmazása esetén a pontosításoknak kellően részletesnek kell lenniük ahhoz, hogy az állítást ne lehessen a kereskedő szándékától eltérő módon értelmezni.

Példa:

- Az az állítás, miszerint az elektromos autók kölcsönzése „ökológiai” jellegű, megtévesztőnek tekinthető, anélkül, hogy az állítás szempontjából hasznos információkkal szolgálna. Különösen abban az esetben, ha az autók töltéséhez szükséges villamos energia nem megújuló energiaforrásokból származik, az autókölcsönzési szolgáltatás továbbra is negatív hatást gyakorolna a környezetre ⁽³⁰²⁾.
- A kereskedők egyre gyakrabban tesznek szén-dioxid-semlegességgel kapcsolatos állításokat azáltal, hogy olyan projekteket fektetnek be, amelyek kompenzálják a szén-dioxid-kibocsátást. Egy autókölcsönző cég például lehetőséget kínál a fogyasztóknak a „szén-dioxid-semleges vezetésre” kibocsátáskompenzációs lehetőség választásával. Ez a gyakorlat problémákhoz vezethet, ha az alapul szolgáló szén-dioxid-kreditek környezeti integritása alacsony vagy nem megfelelően kerülnek elszámolásra, így nem jelentenek valós és további kibocsátáscsökkentést. A szén-dioxid-eltávolításra vonatkozó állításoknak hitelesnek, megbízhatónak, átláthatónak, bejelentettnek, nyomon követhetőnek, ellenőrizhetőnek, hiteelt érdemlőnek, tanúsítottnak kell lenniük, és nem áshatják alá a kibocsátó ágazatokban a rövid távú kibocsátáscsökkentési intézkedéseket, továbbá biztosítaniuk kell az addicionalitást és a szén-dioxid-eltávolítás megfelelő elszámolását a nemzeti ÜHG-jegyzékekben. Egy nemzeti fogyasztóvédelmi hatóság az iránymutatásaiban úgy ítélte meg, hogy a fogyasztókat megfelelően tájékoztatni kell a szén-dioxid-kibocsátást kompenzáló intézkedések működéséről, így például a teljes mértékben kompenzált kilométerek számáról és ennek elérési módjáról, valamint arról, hogy a kompenzáció elszámolására hogyan és hol kerül sor ⁽³⁰³⁾.
- Egy bíróság úgy ítélte meg, hogy a haj- és bőrápolási termékek forgalmazása azzal, hogy a kereskedő például „öko” és „ökológiai” állításokkal kijelentette, hogy a termékei ökológiai termékek, homályos, és nélkülözi az egyértelmű pontosítást. A bíróság továbbá úgy ítélte meg, hogy a harmadik fél tanúsítási címkéjének csupán emblémája/logója/címkéje nem elég egyértelmű annak megállapításához, hogy mit jelent a bio és/vagy az öko állítás ⁽³⁰⁴⁾.
- Egy kereskedő úgy reklámozta az édességsomagok árusítását, hogy azt állította, minden eladott csomag után egy fát ültet. A kereskedő azonban már megállapodást kötött bizonyos számú fa ültetésére, függetlenül az eladott édességsomagok számától. Egy nemzeti bíróság fenntartotta az adott ombudsman keresetét, miszerint ez a kijelentés megtévesztő reklámnak minősül, mert kihasználta a környezetükkel törődő fogyasztók hiszékenységet ⁽³⁰⁵⁾.

Az állításokat szükség esetén **felül kell vizsgálni és aktualizálni kell**, figyelembe véve a technológiai fejlődést, és hasonló termékek vagy egyéb olyan körülmények megjelenését, amelyek befolyásolhatják az állítás pontosságát vagy aktualitását. A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások nem kapcsolódhatnak ugyanazon kereskedő vagy egy versenytárs valamely olyan termékének fejlesztéséhez, amely már nincs forgalomban, vagy amelyet a kereskedő már nem értékesít a fogyasztóknak, kivéve, ha ez a fejlesztés jelentős és friss.

Ha egy kereskedő a cégnevében, márkanevében, terméknevében, stb. környezetbarát jellegről szóló állításokat használ, és ezt a nevet marketingcélokra használja, az ilyen **marketingre ugyanazok az alátámasztási követelmények vonatkoznak**, mint amelyek a marketingkommunikációban használt egyéb környezetbarát jellegről szóló állításokra, kivéve, ha a vállalat igazolni tudja, hogy ennek a névnek nincsen a környezetre vonatkozó másodlagos jelentése, vagy már korábban is létezett. Ahhoz azonban, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel ellentétes legyen, a marketingben használt névnek meg kell tévesztenie az átlagfogyasztót, és arra kell készítetnie, hogy valószínűsíthetően olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

⁽³⁰²⁾ Jury de déontologie publicitaire (JDP), 2014. június 26.

⁽³⁰³⁾ ACM, Guidelines: Sustainability claims, 2021. január 28., 15. o.

⁽³⁰⁴⁾ A Svéd Szabadalmi és Kereskedelmi Bíróság által a PMT 697-20. sz. Midsona ügyben hozott ítélet, 2021. január 18.

⁽³⁰⁵⁾ MAO: 157/11, Helsinki Piacfelügyelet, 2011. április 8.

Példa:

Egy bíróság egy olajtermék reklámozását vizsgálva leszögezte, hogy a terméknevében a „környezeti” és „plusz” kifejezés együttes használata azt a benyomást keltette, hogy a termék rendelkezik bizonyos környezeti előnyökkel, annak ellenére, hogy a fosszilis olaj mindig károsítja a környezetet. E tekintetben a bíróság úgy ítélte meg, hogy a terméknevében nem tartalmazhatja a „környezeti” kifejezést ⁽³⁰⁶⁾.

Egy környezetbarát jellegre vonatkozó állítás vizsgálatakor a **termék által a teljes életciklusa alatt – ideértve az ellátási láncot is – kifejtett fő környezeti hatások** relevánsak. Egy környezetbarát jellegre vonatkozó állításnak azokhoz a szempontokhoz kell kapcsolódnia, amelyek jelentősek a termék környezeti hatása szempontjából.

A **rendkívül szennyező iparágaknak** biztosítaniuk kell, hogy a környezetbarát jellegre vonatkozó állításaik relatív értelemben pontosak legyenek, például a „környezetbarát” helyett a „kevésbé károsak a környezetre” kifejezés használata (lásd még a környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állításokról szóló 4.1.1.7. szakaszt). Ez lehetővé teszi az átlagfogyasztó számára, hogy jobban megismerje a termék relatív hatását. A környezetbarát jellegre vonatkozó állításnak minden esetben azokhoz a szempontokhoz kell kapcsolódnia, amelyek jelentősek a termék által a teljes életciklusában kifejtett környezeti hatás szempontjából. A bíróságok vagy hatóságok előírhatják a rendkívül szennyező iparágak számára, hogy a környezetbarát jellegre vonatkozó állításaikban tegyék egyértelművé a fogyasztók számára, hogy a termék összességében káros hatást gyakorol a környezetre.

Példa:

Egy önszabályozó testület megállapította, hogy egy honlapon szereplő olyan állítás, amely a fosszilis gázt „környezetbarát energiaforrásként” tünteti fel, sérti a reklámozásra vonatkozó hatályos szabályozást, mivel a megfogalmazás túl abszolút, és nélkülözi a magyarázatot vagy kontextualizációt ⁽³⁰⁷⁾.

Az állításoknak továbbá világosnak és félreérthetetlennek kell lenniük arra vonatkozóan, hogy a termék vagy életciklusának mely szempontjára utalnak ⁽³⁰⁸⁾. Ha a kereskedő a termék által a környezetre gyakorolt **számos hatás közül csak az egyik kiemelésével** tesz környezetbarát jellegre vonatkozó állítást, az állítás megtévesztőnek minősülhet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. vagy 7. cikke értelmében.

Továbbá a kereskedők nem torzíthatják a **termék (beleértve a nyersanyagokat is) összetételére vagy annak felhasználására, gyártási folyamatára, szállítására vagy az életciklusának végén gyakorolt hatásokra** vonatkozó állításokat, például azáltal, hogy indokolatlanul hangsúlyozzák a pozitív aspektusok fontosságát, amelyek valójában csak marginálisak, vagy a termék életciklusa során az általános környezeti hatás negatív.

Példa:

- A „100 %-ban megújuló energiával” állítás megtévesztő lehet, amennyiben a kommunikáció nem jelöli meg pontosan, hogy a megújuló energia csupán a termék életciklusának egyik szakaszában került használatra. Ugyanakkor, a „100 %-ban megújuló anyag (a szerelvényeket kivéve)” állítás specifikálja, hogy a termék mely eleme nem tartalmaz megújuló anyagot ⁽³⁰⁹⁾.
- A „fenntartható gyapotot” tartalmazó termék reklámozása megtévesztő lehet, ha a gyapot eredete a termelési láncban nem követhető és nem különül el a hagyományos gyapottól.
- Egy termék, például a műgép környezetbarát termékként való reklámozása – mivel nincs szüksége vízre, műtrágyára vagy karbantartásra a felhasználás során –, nem indokolhatja az állítást, ha a gyártási és életciklus végi szakaszok súlyos negatív hatást gyakorolnak a környezetre.
- Megtévesztő információk a számlázási információkban feltüntetett energiaforrásokról, például a nemzeti energiaszerkezetre vonatkozó absztrakt információk vagy megtévesztő információk a környezetre gyakorolt hatásról/a megújuló energiaforrásoknak a végső fogyasztó által vásárolt villamos energiához való tényleges hozzájárulásáról (például a megújuló energia részarányának indokolatlan kiemelése).

Az állításban szereplő előny nem eredményezheti a hatások nem megengedett átvitelét, vagyis el kell kerülni az egyéb kedvezőtlen környezeti hatások létrehozását vagy fokozását a termék életciklusának egyéb szakaszaiban, kivéve, ha a teljes nettó környezeti hatás jelentősen javult, például az életciklus-elemzés vagy a vonatkozó terméktípusra alkalmazandó elismert vagy általánosan elfogadott módszerek szerint, és harmadik féllel felül kell vizsgáltatni.

⁽³⁰⁶⁾ Svéd Piacfelügyelet, 1990:20, Norsk Hydro Olje AB.

⁽³⁰⁷⁾ Belgian Advertising Ethics Board (JEP), Gas.be - décision de modification/arrêt, 2021. május 21.

⁽³⁰⁸⁾ Lásd még az alábbi dokumentumot: MDEC, Compliance Criteria on Environmental Claims, 2.1. pont.

⁽³⁰⁹⁾ Gazdasági Versenyhivatal, Zöld marketing – A Gazdasági Versenyhivatal tanácsai vállalkozásoknak (2020), 5. o.

Példa:

Egy gyártó azt állítja, hogy a termékének alacsony a vízfogyasztása. Ugyanakkor azonban a termék több energiát fogyaszt, mint az azonos kategóriájú hasonló termékek, ami jelentősen növeli a termék általános környezeti hatását. Ilyen körülmények között az állítás megtévesztő lehet vagy a termék jellegének (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikk (1) bekezdésének a) pontja) vagy lényeges tulajdonságainak vonatkozásában (a 6. cikk (1) bekezdésének b) pontja).

A magatartási kódexek tartalmazhatnak a környezetvédelemre vagy „zöld magatartásra” vonatkozó önkéntes kötelezettségvállalásokat. Az átlagfogyasztó azt várna, hogy a kódex aláírói olyan termékeket árúsítsanak, amelyek megfelelnek a kódex előírásainak. Ha egy kereskedő, aki magára nézve kötelezőnek ismert el egy ilyen kódexet, megszegi azt, azzal megtévesztő tevékenységet folytathat, ha a kódexhez való állítólagos csatlakozása ténylegesen vagy valószínűsíthetően befolyásolja a fogyasztó üzleti döntését. Erre a helyzetre a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének b) pontja vonatkozik.

Példa:

Egy kereskedő csatlakozott egy olyan magatartási kódexhez, amely a fa fenntartható felhasználását mozdítja elő, és a honlapján megjeleníti a kódex logóját. A magatartási kódex kötelezettségvállalást tartalmaz arra vonatkozóan, hogy tagjai nem használnak nem fenntarthatóan kezelt erdőkből származó keményfát. A honlapon reklámozott termékekről viszont kiderül, hogy pont ilyen erdőkből származó fát tartalmaznak. Ilyen körülmények között az állítás sértheti az I. melléklet 4. pontját vagy megtévesztő lehet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (2) bekezdésének b) pontja értelmében.

A magatartási kódexekhez kapcsolódó bizonyos megtévesztő kereskedelmi gyakorlatokat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete eleve tisztességtelennek minősíti (lásd a 4.1.1.6. szakaszt).

Az átlagfogyasztótól nem várható el, hogy tisztában legyen a különböző köz- és magánjellegű **magatartási kódexek, címkézési rendszerek, tanúsítványok vagy logók** jelentésével vagy jelentőségével. A kereskedőknek tájékoztatniuk kell a fogyasztókat ezekről az elemekről és a szóban forgó állítással kapcsolatos releváns jellemzőkről, és hivatkozniuk kell a tanúsítással kapcsolatos valamennyi információ elérhetőségének helyére, ideértve azt is, hogy a tanúsítást harmadik fél végzi-e. A kereskedőknek azt is biztosítaniuk kell, hogy a fogyasztóknak lehetőségük legyen hozzáférhető és egyértelmű módon további információkat kapni, például az állítás közelében elhelyezett linken vagy tájékoztató szakaszban. A kereskedőknek például tájékoztatniuk kell a fogyasztókat azokról a magán tanúsítási rendszerekről, amelyek logóit feltüntetik. Általánosságban nem elég mindössze röviden utalni a harmadik fél általi tanúsításra.

Ha a kereskedő vagy ágazat úgy dönt, hogy **saját címkézési rendszerét, szimbólumait vagy tanúsítványait** használja marketing célokra, ezeket csak azokra a termékekre/szolgáltatásokra vagy kereskedőkre kell alkalmazni, amelyek vagy akik megfelelnek a használatra feljogosító kritériumoknak. A kritériumoknak igazolniuk kell az egyértelmű környezeti előnyöket a konkurens termékekhez vagy kereskedőkhöz képest, és nyilvánosan könnyen hozzáférhetőnek kell lenniük. Egyéb esetben az ilyen címkézés megtévesztő lehet. Előfordulhat, hogy a címkézést tovább kell minősíteni, hogy ki lehessen emelni a címkézés jelentését és legfontosabb kritériumait (például annak kiemelése, hogy egy adott termék esetében a vízhasználat a legrelevánsabb követelmény). A kereskedőknek a címke hitelességének és relevanciájának biztosítása érdekében továbbá mérlegelniük kell harmadik fél általi ellenőrzést. A címke (adott esetben) privát jellegét és jelentését vagy jelentőségét szintén egyértelművé kell tenni a fogyasztó számára. Végezetül pedig az ilyen címkék nem téveszthetők össze más címkékkel, például a nyilvános címkézési rendszerekben vagy a versenytársak rendszereiben használt címkékkel.

4.1.1.4. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke olyan konkrét elemeket sorol fel, amelyek relevánsak annak vizsgálatakor, hogy egy kereskedelmi gyakorlat **megtévesztő mulasztással** jár-e.

A zöld állítások megtévesztőek lehetnek, ha a környezeti előnyökre vonatkozó homályos és általános kijelentésekből állnak (lásd még az előző, a megtévesztő tevékenységekről szóló 4.1.1.3. szakaszt). Az ilyen állítások valószínűleg kevésbé megtévesztőek a 7. cikk értelmében, ha **kiegészítik őket a termék környezeti hatására vonatkozó szembetűnő leírásokkal vagy magyarázó kijelentésekkel**, például konkrét környezeti előnyökre korlátozzák az állítást.

Az ilyen kiegészítő információk hozzájárulnak a 7. cikk (4) bekezdése a) pontjának való megfelelés biztosításához (vásárlásra való felhívás esetében); ez a pont tiltja a „termék lényeges tulajdonságaira” vonatkozó jelentős információk „homályos, érthetetlen, félreérthető, vagy időszerűtlen módon” történő rendelkezésre bocsátását.

Ha a kereskedő kiegészítő információkat nyújt a fogyasztóknak, például a honlapján, az információknak egyértelműnek és érthetőnek kell lenniük az átlagfogyasztó számára. Az információk összetettsége és technikai jellege nem használható fel arra, hogy megtévesszék a fogyasztókat a zöld állítások valóság tartalmát illetően.

Abban az esetben, ha a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások **a termékek csomagolásán és/vagy más kommunikációs csatornákon** (például plakátokon, hirdetőtáblákon, magazinokon) szerepelnek, ahol korlátozott hely áll rendelkezésre a részletek megadásához, a fő állítás és az azzal kapcsolatos kiegészítő információk elhelyezésének lehetővé kell tennie az átlagfogyasztó számára a kettő közötti kapcsolat megértését. Amennyiben nem, illetve félreérthető módon, nem egyértelműen kerül sor a kiegészítő információk megadására, az az egyedi eset körülményeinek értékelésétől függően megtévesztőnek tekinthető. Ha nincs hely a környezetbarát jellegre vonatkozó állítás pontosítására, akkor a kijelentést általában nem kell feltüntetni.

Hasonlóképpen, az **élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítások** vonatkozásában a 2013/63/EU bizottsági végrehajtási határozat ⁽³¹⁰⁾ mellékletének 3. pontja úgy rendelkezik, hogy az általános, nem részletezett egészségügyi hatásra való hivatkozáskor ezen hivatkozások kíséretében fel kell tüntetni az uniós nyilvántartásban szereplő, az egészségre vonatkozó engedélyezett állítások listájáról valamely konkrét egészségre vonatkozó állítást. A rendelet alkalmazásában az általános, nem részletezett kedvező egészségügyi hatásokra hivatkozó állítást kísérő konkrét, az egészségre engedélyezett vonatkozó állítást az általános állítás „mellett” vagy „után” kell feltüntetni. A Bíróság szerint, ha a tápanyag vagy az élelmiszer egészségre gyakorolt általános, nem egyedi kedvező hatásaira való hivatkozás az étrend-kiegészítő csomagolásának előlő oldalán, az e hivatkozást kísérni hivatott egyedi, egészségre vonatkozó állítás pedig annak hátoldalán található, a fogyasztó általi megértés biztosítása érdekében a kettő közötti kapcsolatra utaló kifejezett jelzésre, például csillagozásra van szükség ⁽³¹¹⁾.

Példa:

- A kereskedők néha oly módon nyújtanak tájékoztatást a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokról, hogy a fogyasztónak további lépéseket kell tennie a hozzáférés érdekében (például előfordulhat, hogy a fogyasztónak egy közösségimédia-bejegyzéssel vagy terméklistával összefüggésben ismét kattintania kell ahhoz, hogy megkapja a szükséges kiegészítő információkat), ami bizonyos esetekben megtévesztő lehet. A nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok fogyasztóvédelmi együttműködési hálózatának képviselői úgy vélték, hogy az eset körülményeitől és különösen az eszköz korlátaitól függően megtévesztő lehet a fogyasztó számára, hogy ilyen lépéseket kell tennie a releváns információk megszerzése érdekében, különösen akkor, ha ezt az információt feltűnőbb módon, például az állítás mellett is meg lehet adni ⁽³¹²⁾.
- A kereskedők dönthetnek úgy, hogy bizonyos környezetbarát jellegre vonatkozó állításokat szembetűnő módon tüntetnek fel (például a termék csomagolásának előlő oldalán), az állítással kapcsolatos további információkat pedig kevésbé szembetűnő helyen (például a termék csomagolásának hátoldalán) szerepeltetik. A nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok fogyasztóvédelmi együttműködési hálózatának képviselői szerint ez az eset körülményeitől és különösen az eszköz korlátaitól függően megtévesztő lehet ⁽³¹³⁾.
- Egy bíróság úgy ítélte meg, hogy az olyan homályos állításokra vonatkozó pontosításokat, mint „öko” és „ökológiai”, bizonyos termékek esetében közvetlenül az állítások mellett kell feltüntetni. Nem elegendő, ha a pontosítást a honlap egy másik oldalán tüntetik fel (ahol csak újabb kattintással érhető el) ⁽³¹⁴⁾.
- Az olyan, a csomagoláson feltüntetett állítások, hogy egy termék „komposztálható”, valószínűleg megtévesztők, ha a termékek csak ipari eszközökkel komposztálhatók, és ha a csomagolás nem határozza meg, hogy a fogyasztónak milyen lépéseket kell tennie a termék komposztálásához.

Egyes esetekben **indokolt lehet az általános előnyökre vonatkozó állítások használata (további pontosítás nélkül)**.

Ez a helyzet az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről szóló (EU) 2018/848 rendelet hatálya alá tartozó, „ökológiai” állítással társuló termékek esetében.

Ez érvényes lehet azokra az esetekre is, amikor egy termék engedéllyel rendelkezik arra, hogy egy **nyilvános ökocímkerendszer** (például az uniós ökocímke, a skandináv „Hattyú” vagy a német „Kék angyal”) vagy egyéb, harmadik fél ellenőrzése alá tartozó szigorú és jó nevű címkézési rendszer **ökocímkejét** használja (például az ökocímke-rendelet 11. cikke nemzeti vagy regionális szinten hivatalosan elismert EN ISO 14024 I. típusú ökocímkerendszerekre hivatkozik).

⁽³¹⁰⁾ A Bizottság 2013/63/EU végrehajtási határozata (2013. január 24.) az 1924/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 10. cikke szerinti egészségre vonatkozó állítások különös feltételeinek végrehajtásáról szóló iránymutatások elfogadásáról (HL L 22., 2013.1.25., 25. o.).

⁽³¹¹⁾ A C-524/18. sz. Dr. Willmar Schwabe ügyben 2020. január 30-án hozott ítélet 40. és 47–48. pontja, amely értelmezi az élelmiszerekkel kapcsolatos, tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állításokról szóló 1924/2006/EK rendeletet.

⁽³¹²⁾ Svéd Fogyasztói Hivatal – Fogyasztói Ombudsman, Recommendations for developments of the Guidance on the implementation/application of directive 2005/29/EC on unfair commercial practices (Ajánlások a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv végrehajtásáról és alkalmazásáról szóló iránymutatás továbbfejlesztéséhez), 2020. október 29., 3.1. szakasz.

⁽³¹³⁾ Ugyanott.

⁽³¹⁴⁾ A Svéd Szabadalmi és Kereskedelmi Bíróság Midsona ügyben hozott ítélete, 2021. január 18.

Ez igaz lehet akkor is, ha **a termékkel kapcsolatos életciklus-elemzésekre vonatkozó tanulmányok igazolták a termék környezeti teljesítményét** ⁽³¹⁵⁾. Ezeket a tanulmányokat a vonatkozó terméktípusra alkalmazandó elismert vagy általánosan elfogadott módszereknek megfelelően kell elkészíteni, és harmadik féllel felül kell vizsgáltatni. A környezeti teljesítmények ilyen értékelése összehasonlítást is tartalmazhat (lásd még a környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állításokról szóló 4.1.1.7. szakaszt). Ha az adott területen még nem dolgoztak ki ilyen módszereket, a kereskedőknek tartózkodniuk kell az általános előnyökre vonatkozó állításoktól. Az ilyen termékek esetében mindazonáltal a kereskedőknek **biztosítaniuk kell az átláthatóságot a vonatkozó környezeti szempont tekintetében, és azt, hogy az ilyen információk a fogyasztók számára könnyen hozzáférhetőek legyenek**, ami magában foglalja a megfelelő logó megjelenítését is.

Egy környezetbarát jellegre vonatkozó állítás hasonlóképpen megtévesztő lehet a 7. cikk (2) bekezdése értelmében, ha homályos, érthetetlen vagy félreérthető módon jelenik meg. Egyedi vizsgálat alapján erről lehet szó, ha az állítások hatálya és határai nem egyértelműek.

Példa:

Nem egyértelmű, hogy egy állítás a termék egészére vagy csak az egyik összetevőjére, vagy a vállalat általános környezeti teljesítményére vagy bizonyos tevékenységeire vonatkozik-e, vagy melyik környezeti hatásra vagy folyamatra vonatkozik.

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítás megtételekor a termék **fő környezeti hatásai** relevánsak. Ezenkívül a termékek környezetbarát jellegére vonatkozó állításoknak **az adott termék** tényleges környezeti **hatására** kell vonatkozniuk, és azt meg kell különböztetni a kereskedő, annak gyakorlata és fenntarthatósági politikái tekintetében a környezetbarát jellegre vonatkozóan tett általánosabb állításoktól.

Példa:

A kereskedő a környezetbarát jellegre vonatkozóan különböző általános állításokat tüntet fel a honlapján, például a vállalati társadalmi felelősségvállalásra vonatkozó programjáról szóló kijelentéseket és egy fenntarthatósági védjegyet, amely bizonyos termékskálák esetében releváns. A fogyasztók megtévesztésének elkerülése érdekében a kereskedőnek biztosítania kell, hogy a termék kezdőlapján feltüntetett, a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások az adott termék tényleges környezeti hatására vonatkozzanak, és megkülönböztethetők legyenek az adott kereskedőre és annak gyakorlatára vonatkozó egyéb, szélesebb körű állításoktól ⁽³¹⁶⁾.

4.1.1.5. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkének alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

12. cikk

„A tagállamok bíróságokra vagy közigazgatási hatóságokra ruházzák azokat a hatásköröket, amelyek a 11. cikkben biztosított polgári vagy közigazgatási eljárásokban azokat felhatalmazzák arra, hogy

- a) elrendeljék, hogy a kereskedő bizonyítékot szolgáltatson a kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos tényállítások helyességéről, amennyiben a kereskedő és az eljárásban részt vevő bármely másik fél jogos érdekeit tekintetbe véve az adott eset körülményei alapján ennek megkövetelése helyénvalónak tűnik;
- b) a tényállításokat ne tekintsék megalapozottnak, amennyiben az a) pontnak megfelelően megkövetelt bizonyítékot nem szolgáltatják, vagy azt a bíróság vagy a közigazgatási hatóság elégtelennek ítéli.”

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikke tisztázza, hogy minden állítást (ideértve a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokat is) **olyan bizonyítékokra kell alapozni, amelyet az illetékes hatóságok ellenőrizhetnek**. A kereskedőknek megfelelő bizonyítékokkal alá kell tudniuk támasztani a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokat. Következésképpen az állításokat erőteljes, független, ellenőrizhető és általánosan elfogadott bizonyítékokra kell alapozni, amelyek figyelembe veszik a friss tudományos megállapításokat és módszereket. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem tartalmaz ezzel egyenértékű kötelezettséget, amely arra kötelezné a kereskedőt, hogy dokumentumokat vagy egyéb alátámasztó bizonyítékokat szolgáltatson a fogyasztóknak.

Az állítás pontosságáért a kereskedő viseli a bizonyítási terhet. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 12. cikkének a) pontja szerint a végrehajtó hatóságoknak hatáskörrel kell rendelkezniük ahhoz, hogy „elrendeljék, hogy a kereskedő bizonyítékot szolgáltatson a kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos tényállítások helyességéről”.

⁽³¹⁵⁾ A kereskedők életciklus-elemzést is végezhetnek a termékek és a szervezetek életciklus-alapú környezeti teljesítményének mérésére és ismertetésére szolgáló egységes módszerek alkalmazásáról szóló 2013/179/EU bizottsági ajánlás és aktualizált változatai figyelembevételével. Lásd az alábbi honlapot: <http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/>

⁽³¹⁶⁾ Svéd Fogyasztói Hivatal – Fogyasztói Ombudsman, Recommendations for developments of the Guidance on the implementation/application of directive 2005/29/EC on unfair commercial practices (Ajánlások a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv végrehajtásáról és alkalmazásáról szóló iránymutatás továbbfejlesztéséhez), 2020. október 29., 3.2. szakasz.

E követelmény alkalmazásakor figyelembe kell venni a kereskedő jogos érdekeit – például **az üzleti titkok vagy a szellemi tulajdon védelme** esetében –, amelyeket a hatóságoknak bizalmasan kell kezelniük.

Példa:

Egy ásványvízzel foglalkozó vállalat a „Zéró hatás” állítással reklámozta a termékeit, azt állítva, hogy az ásványvíz gyártása és értékesítése semmilyen hatást nem gyakorol a környezetre. A vállalat azonban nem tudta igazolni, hogy olyan konkrét tevékenységekben vett volna részt, amelyek csökkentik termékeinek környezeti hatásait azon túl, hogy részt vett egy környezeti károkat kompenzáló projektben. Ez alapján a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóság megállapította, hogy a „Zéró hatás” kampány a fogyasztók üzleti döntéseinek befolyásolására alkalmas tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot testesített meg⁽³¹⁷⁾.

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások megalapozottságának biztosítása érdekében **a kereskedőknek rendelkezniük kell az állításukat alátámasztó bizonyítékokkal attól a pillanattól kezdve, hogy az állítást használni kezdik, vagy bizonyosnak kell lenniük abban, hogy azok kérésre beszerezhetők és bemutathatók.**

Lehet, hogy egy állítás az első használatakor pontos és egy terméket illetően releváns, idővel viszont veszíthet jelentőségéből. Annak érdekében, hogy a kereskedők az irányelv 12. cikkével összhangban be tudják mutatni a nemzeti hatóságoknak a szükséges dokumentációt, biztosítaniuk kell, hogy **az állításokra vonatkozó dokumentáció naprakész legyen mindaddig, amíg az állításokat marketingcélra használják.**

A bemutatott bizonyítéknak egyértelműnek és szilárdnak kell lennie. Amennyiben az állítást megtámadják, az illetékes hatóságok rendelkezésére kell bocsátani a független harmadik felek által végzett vizsgálatokat. Ha a szakértői tanulmányok komoly véleményeltérésre vagy kétségekre adnak okot a környezeti hatásokra vonatkozóan, a kereskedőnek tartózkodnia kell az állítás használatától. A benyújtandó dokumentáció tartalma és hatálya a kijelentés konkrét tartalmától függ. Ebben a tekintetben jelentőséggel bír a termék vagy tevékenység összetettsége.

4.1.1.6. Az I. melléklet alkalmazása a környezetbarát jellegre vonatkozó állításokra

Az I. mellékletben felsorolt következő gyakorlatok különösen relevánsak a környezetbarát jellegre vonatkozó állítások szempontjából:

I. MELLÉKLET 1. pont

„Annak valótlán állítása, hogy a kereskedő a magatartási kódex aláírója.”

Példa:

Egy kereskedő a honlapján hamisan tünteti fel, hogy egy, a termék környezetvédelmi teljesítményével kapcsolatos magatartási kódex aláírója.

I. MELLÉKLET 2. pont

„Bizalmi jegy, minőségi jegy, vagy annak megfelelő jelzés megjelenítése a szükséges engedély nélkül.”

Példa:

Valamely uniós vagy nemzeti címke (például az uniós ökocímke, a skandináv „Hattyú”, a „Kék angyal” vagy egyéb logó) engedély nélküli használata.

I. MELLÉKLET 3. pont

„Annak valótlán állítása, hogy egy magatartási kódexet valamely közjogi, vagy egyéb szervezet jóváhagyott.”

⁽³¹⁷⁾ Az olasz versenyhatóság 2012. február 8-i határozata, hiv. sz.: PS7235.

Példa:

Egy kereskedő hamisan azt állítja, hogy a nemzeti környezetvédelmi ügynökség, minisztérium vagy fogyasztóvédelmi szervezet támogatja a gépkocsigyártó vállalatának magatartási kódexét.

I. MELLÉKLET 4. pont

„Annak valótlán 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.”

Példa:

Hamisan azt állítani, hogy egy autó megfelel a típusjóváhagyásra vonatkozó jogszabályoknak, noha jogellenesen kiiktató eszközöket használ.

I. MELLÉKLET 10. pont

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

Ez a rendelkezés tisztázza, hogy a kereskedők nem téveszthetik meg a fogyasztókat olyan tulajdonságok nem megengedett hangsúlyozásával, amelyek szabályozói előírásokból származnak.

Példa:

A kereskedők nem állíthatják azt, hogy a termék mentes bizonyos anyagoktól, ha az ilyen anyagok használatát a jogszabályok már tiltják.

4.1.1.7. A környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állítások

A környezetbarát jellegre vonatkozó állítások azt sugallhatják, hogy egy termék kedvezőbb hatással van a környezetre vagy pedig a környezetre kevésbé ártalmas, mint a konkurens áruk vagy szolgáltatások vagy a saját áruk vagy szolgáltatások korábbi változatai. Az ilyen összehasonlítást tartalmazó termékeket hasonló termékekkel kell összehasonlítani (vagy adott esetben ugyanazon termék korábbi változatával), és az összehasonlításhoz következetesen ugyanazt az értékelési módszert kell alkalmazni.

A nemzeti végrehajtó hatóságok és az önszabályozó testületek ezt az elvet általában úgy értelmezik, hogy **az összehasonlításnak azonos termékkategóriába tartozó termékekre kell vonatkoznia**. Ugyanolyan fontos lehet azonban, hogy **a környezetbarát jellegre vonatkozó állítás megtételének módja is azonos legyen**, amelyet következetesen kell alkalmazni (vagyis azonos módszertani választásokat és szabályokat kell használni, és az eredményeknek megismételhetőeknek kell lenniük), és hogy az alkalmazott módszer lehetővé tegye az összehasonlítást, különben az összehasonlítás megtévesztő⁽³¹⁸⁾. Például a szóban forgó termékektől függően a környezetbarát jellegre vonatkozó összehasonlító állítások valószínűleg megtévesztők, ha figyelmen kívül hagynak olyan tényezőket, mint például a szállítás, különösen akkor, ha ezek a tényezők járulnak hozzá leginkább a termék környezeti lábnyomához.

Példa:

— Egy vállalat azt az összehasonlító állítást teszi, hogy az „A” borotva kevesebb műanyagot tartalmaz, mint a piacon kapható többi borotva. Ez az állítás valószínűleg megtévesztő, ha az összehasonlításra kiválasztott többi borotva nem reprezentatív a piac egészére nézve, és a borotvákban lévő műanyag mennyisége általában átlagosan kevesebb, mint az „A” borotvában.

⁽³¹⁸⁾ A konkrét környezeti hatásokkal kapcsolatos összehasonlító állítások feltételeit a Bizottság a zöld állításokra vonatkozó kezdeményezés részeként tárgyalja: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12511-Environmental-performance-of-products-&-businesses-substantiating-claims_hu

- Egy légitársaság azt állítja magáról, hogy a „legzöldebb légitársaság”, és „a legnagyobb légitársaságok közül a legalacsonyabb szén-dioxid-kibocsátással rendelkezik” ⁽³¹⁹⁾. Reklámjában a légitársaság összehasonlítja az utaskilométerenkénti szén-dioxid-kibocsátását négy másik „jelentős” európai légitársaságéval, és az összehasonlítás azt mutatja, hogy az utaskilométerenkénti legalacsonyabb szén-dioxid-kibocsátással rendelkezik. Ez az állítás megtévesztő lehet, ha az összehasonlított kibocsátásokat nem azonos módon számították ki, ha a légitársaság teljes szén-dioxid-kibocsátása magasabb, mint más légitársaságoké, és ha a kibocsátás az elmúlt években jelentősen nőtt. Egyértelműbb lenne konkrétabban azt állítani, hogy az utaskilométerenkénti szén-dioxid-kibocsátása a négy másik európai légitársaságéhoz képest a legalacsonyabb, feltéve, hogy a módszer lehetővé teszi ezt az összehasonlítást, és a légitársaság nem titkolja azt a tény, hogy abszolút mértékben nőtt a kibocsátása. Ha az éghajlattal kapcsolatos állítások a szén-dioxid-kibocsátás/üvegházhatásúgáz-kibocsátás kompenzációján alapulnak, ezeknek átláthatónak és részletesnek kell lenniük, tekintettel a kapcsolódó zöldrefestési kockázatokra. Ezen túlmenően az összes releváns közlekedési mód – és nem csupán a légi közlekedés – összehasonlítása még objektívebb és informatívabb lenne. A fogyasztók mobilitási igényeit útvonaltól függően nemcsak repülőutakkal, hanem más közlekedési eszközökkel is ki lehet elégíteni. Ezért a vasúti, közúti és légi közlekedési módok átlagos utaskilométer-kibocsátásának összehasonlítása megakadályozná a fogyasztók megtévesztését azzal kapcsolatban, hogy választásuk „zöld”, ha léteznek alacsonyabb kibocsátással járó életképes alternatívák.
- Egy vállalat azt az összehasonlító állítást teszi, hogy „átdolgozott terméke” környezetbarátabb, mint egy „új termék”. Ez az állítás megtévesztő lehet, ha az alkalmazandó újrafeldolgozási vagy visszavételi megoldások az összehasonlítás szerint rosszabbak, és ezáltal a teljes környezeti lábnyom jelentősebb.

A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv, amely az üzleti vállalkozások közötti kapcsolatokra vonatkozik, megállapítja azokat a feltételeket, amelyek mellett az összehasonlító reklámozás megengedett. Ezek a feltételek annak értékelése szempontjából is relevánsak, hogy az összehasonlító reklám jogszerű-e az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kapcsolatokban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv összefüggésében. Egy termék környezeti előnyeinek összehasonlítása többek között:

1. ne legyen megtévesztő a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke értelmében;
2. azonos szükségleteket kielégítő vagy azonos rendeltetésű árukat vagy szolgáltatásokat hasonlítson össze;
3. tárgyilagosan hasonlítsa össze ezen áruk és szolgáltatások egy vagy több jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságát.

Példa:

Egy bíróság megtévesztőnek minősített egy reklámot, amely azt állította, hogy a szűrt víz környezetbarátabb, mint a palackozott ásványvíz, ezzel azt a benyomást keltve a fogyasztókban, hogy ásványvíz helyett a szűrt víz fogyasztása hozzájárul a környezet védelméhez. Különösen a nagyobb fokú környezetvédelemre való hivatkozás minősült megtévesztőnek, mivel az összehasonlítás nem objektív tényeken, például hatástanulmányon alapult. ⁽³²⁰⁾

4.1.2. Tervezett elavulás

A fogyasztók olyan korai elavulási gyakorlatokkal találkozhatnak, amelyek során az áruk a fogyasztók észszerű elvárásainak megfelelő szokásos „élettartamnál” rövidebb ideig használhatók. **Az áruk idő előtti meghibásodását különösen a tervezett elavulás** vagy az ipari kialakításba beépített elavulás okozhatja, amely olyan kereskedelmi politika, amely során egy terméket szándékosan korlátozott hasznos élettartammal terveznek, hogy egy bizonyos idő elteltével elavulttá vagy funkcióját veszítetté váljon. A fenti 2.3.1. pontban kifejtettek szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya azokra a kereskedelmi gyakorlatokra is kiterjed, amelyek az ügylet megtörténtét követően fordulnak elő. Az intelligens és összekapcsolt áruk tekintetében a vásárlást követő ilyen kereskedelmi gyakorlatok magukban foglalhatják az áruk működőképességének csökkentését vagy az áruk működésének megfelelő indok nélküli, **szoftverfrissítések** révén történő lelassítását.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem tartalmaz kifejezetten az elavulásra vonatkozó rendelkezéseket. Az azonban, ha a kereskedő – beleértve a gyártót is – kereskedelmi gyakorlatot folytat a fogyasztóval szemben, és **elmulasztja tájékoztatni a fogyasztót arról, hogy a termék korlátozott élettartammal készült**, az eseti értékelés alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke szerinti jelentős információk kihagyásának tekinthető. Az ilyen gyakorlatok továbbá ellentétesek lehetnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében vett szakmai gondosság követelményével is, ha valószínűsíthetően jelentősen torzítják az átlagfogyasztó gazdasági magatartását.

⁽³¹⁹⁾ ACM, Guidelines: Sustainability claims, 2021. január 28., 10. o.

⁽³²⁰⁾ Juzgado de lo Mercantil de Barcelona, Sentencia 63/2014.

Példa:

- Még ha esetleg műszaki okokból indokolt is az ilyen tervezés, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke megsértésének minősülhet, ha elmulasztják tájékoztatni a fogyasztót arról, hogy egy **okostelefon akkumulátorát** (amely különösen ki van téve a kopásnak és elhasználódásnak) nem lehet kicserélni, vagy egy **nyomtató tintapatronjait** úgy programozzák, hogy cserélni kelljen őket, mielőtt ténylegesen kifognának.
- Egy nemzeti fogyasztóvédelmi hatóság megbírságot egy nyomtatógyártót, mert az megtévesztő és agresszív gyakorlatokat folytatott, többek között nem emelte ki megfelelően a nem eredeti festékpátronok használatának korlátait a fogyasztói csomagoláson ⁽³²¹⁾.
- Nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok intézkedéseket hoztak az okostelefonok idő előtti elavulása miatt ⁽³²²⁾. Egyes okostelefon-modelleket kedvezőtlenül érintett egy új operációs rendszer és az azt követő frissítések telepítése, ami az akkumulátorok élettartamának csökkenéséhez és a teljesítmény lelassulásához vezetett. A fogyasztók a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikk összefüggésében nem kaptak megfelelő tájékoztatást a frissítések céljáról és a termék teljesítményére gyakorolt hatásáról.

Egyéb uniós jogszabályok további eszközöket biztosítanak a tervezett elavulás megakadályozására egyes termékkategóriák esetében.

A **környezettudatos tervezésről szóló irányelv** ⁽³²³⁾ lehetővé teszi a Bizottság számára, hogy kötelező minimumkövetelményeket állapítson meg a termékek környezeti teljesítményének javítása érdekében, többek között a javíthatósággal és tartóssággal kapcsolatban. A porszívók (néhány komponens) ⁽³²⁴⁾ és az izzók ⁽³²⁵⁾ esetében már léteznek környezettudatos tervezésre vonatkozó **tartóssági** követelmények, a mosógépek ⁽³²⁶⁾, mosogatógépek ⁽³²⁷⁾, hűtőgépek ⁽³²⁸⁾, televíziók ⁽³²⁹⁾ stb. esetében pedig környezettudatos **javíthatósági** követelmények. A körforgásos gazdaságra vonatkozó cselekvési tervvel és az annak alapjául szolgáló környezettudatos tervezési munkatervekkel összhangban ⁽³³⁰⁾ folyamatban van új környezettudatos tervezési követelmények kidolgozása más fogyasztási cikkekre, például okostelefonokra és táblagépekre ⁽³³¹⁾. A környezetbarát tervezési követelmények gyakran együtt járnak az ugyanazon termékekre vonatkozó új vagy frissített energiacímkékkel, amelyek tájékoztatást nyújtanak a termék energiahatékonyságáról és egyéb paramétereiről is ⁽³³²⁾.

A fenntartható termékekre vonatkozó kezdeményezés keretében jelenleg folyik a környezetbarát tervezésről szóló irányelv módosításának vizsgálata annak érdekében, hogy az irányelv hatályát az energiával kapcsolatos termékeken túl is kiterjesszék, és a termékek lehető legszélesebb körére alkalmazzák ⁽³³³⁾.

⁽³²¹⁾ PS11444 – HP, 2020. december 9., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/12/PS11444>

⁽³²²⁾ PS11009-PS11039 – Apple, Samsung, 2018. szeptember 25., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2018/10/PS11009-PS11039> DGCCRF, Sajtóközlemény, 2020. február 7., https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/presses/communiqu/2020/CP-Ralentissement-fonctionnement-iPhone20207.pdf

⁽³²³⁾ 2009/125/EK irányelv. A Bizottság fenntartható termékekre vonatkozó kezdeményezése adott esetben további jogalkotási intézkedéseket fog javasolni az uniós piacon forgalomba hozott termékek fenntarthatóbbá tétele érdekében, többek között a környezetbarát tervezésről szóló irányelv módosításával, hogy azt további termékkategóriákra is kiterjesszék.

⁽³²⁴⁾ A Bizottság 666/2013/EU rendelete (2013. július 8.) a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvnek a porszívók környezettudatos tervezésére vonatkozó követelmények tekintetében történő végrehajtásáról (HL L 192., 2013.7.13., 24. o.).

⁽³²⁵⁾ A Bizottság 1194/2012/EU rendelete (2012. december 12.) a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az irányított fényű lámpák és a fénykibocsátó diódás lámpák, valamint a kapcsolódó eszközök környezettudatos tervezésére vonatkozó követelmények tekintetében történő végrehajtásáról (HL L 342., 2012.12.14., 1. o.).

⁽³²⁶⁾ A Bizottság (EU) 2019/2023 rendelete (2019. október 1.) a háztartási mosógépekre és háztartási mosó-szárítógépekre vonatkozó környezettudatos tervezési követelményeknek a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel összhangban történő megállapításáról és az 1275/2008/EK bizottsági rendelet módosításáról, valamint az 1015/2010/EU bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 315., 2019.12.5., 285. o.).

⁽³²⁷⁾ A Bizottság (EU) 2019/2022 rendelete (2019. október 1.) a háztartási mosogatógépek környezettudatos tervezésére vonatkozó követelményeknek a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv szerinti megállapításáról, az 1275/2008/EK bizottsági rendelet módosításáról és az 1016/2010/EU bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 315., 2019.12.5., 267. o.).

⁽³²⁸⁾ A Bizottság (EU) 2019/2019 rendelete (2019. október 1.) a hűtőköszülékek környezettudatos tervezésére vonatkozó követelményeknek a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv szerinti meghatározásáról, valamint a 643/2009/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 315., 2019.12.5., 187. o.).

⁽³²⁹⁾ A Bizottság (EU) 2019/2021 rendelete (2019. október 1.) az elektronikus kijelzőkre vonatkozó környezettudatos tervezési követelményeknek a 2009/125/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv szerinti megállapításáról, az 1275/2008/EK bizottsági rendelet módosításáról és a 642/2009/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 315., 2019.12.5., 241. o.).

⁽³³⁰⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12852-Energiahatekonysag-es-korforgasos-gazdasag-kornyezettudatos-tervezes-es-energiacimkezesi-munkaterv-2020-2024_hu

⁽³³¹⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12797-Mobiltelefonok-es-tablagepek-fenntarthatosaga-kornyezettudatos-tervezes_hu

⁽³³²⁾ https://ec.europa.eu/info/news/focus-improved-eu-energy-label-paving-way-more-innovative-and-energy-efficient-products-2021-lut-16_en

⁽³³³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Kezdemenyezes-a-fenntarthato-termekekert_hu

Az **ökocímkéről szóló rendelet** ⁽³³⁴⁾ önkéntes ökcímke-odaítélési rendszert hoz létre, amelynek célja a teljes életciklusuk során csökkentett környezeti hatással járó termékek népszerűsítése, valamint a fogyasztók pontos tájékoztatása a termékek környezetre gyakorolt hatásáról. Az ökcímkére vonatkozó követelmények figyelembe veszik a termékek tartósságából és újrafelhasználhatóságából eredően a környezeti hatások csökkentésének lehetőségét, például a textil-termékek, elektronikus kijelzők és bútorok esetében.

Az **árak adásvételéről szóló(EU) 2019/771 irányelv** védi a fogyasztókat az áru leszállításának időpontjában fennálló és az áru leszállításától számított két éven belül felismerhetővé váló hibával (a szerződésszerűség hiánya) szemben („**jogi biztosíték**” – a 10. cikk (1) és (2) bekezdése). A hatékonyabb fogyasztóvédelem biztosítása érdekében a tagállamok az eladó felelősségére vonatkozóan még hosszabb határidőket tarthatnak fenn vagy vezethetnek be. A jogi biztosíték akkor alkalmazható, ha a meg nem felelést elavulás okozza.

Vita esetén a fogyasztónak kell bizonyítania a hibás teljesítést. A 11. cikk egyértelművé teszi, hogy a fogyasztónak a leszállítástól számított egy éven belül nem kell bizonyítania, hogy a hibás teljesítés már a leszállítás időpontjában adott volt. A tagállamok két éves időszakot tarthatnak fenn vagy vezethetnek be erre a fordított bizonyítási terhelre.

A 7. cikk (3) bekezdése emellett arra kötelezi az eladót, hogy gondoskodjon arról, hogy **a fogyasztó az „intelligens áruk” tekintetében** (a digitális elem egyszeri szolgáltatása esetén) a fogyasztó által észszerűen elvárható időszakon keresztül, illetve (a digitális elem folyamatos szolgáltatása esetén) a törvényes jótállási időszak alatt **frissítéseket kapjon**. Ezenkívül, ha a szerződés úgy rendelkezik, hogy az intelligens áru digitális tartalmát vagy szolgáltatását a jótállási időszaknál hosszabb ideig folyamatosan szolgáltatják, az eladó köteles e hosszabb időszakra biztosítani a frissítéseket.

Továbbá a 7. cikk (1) bekezdésének d) pontja értelmében **a tartósság is az objektív megfeleléségi követelmények közé** tartozik (amelyet a 2. cikk (13) bekezdése úgy határoz meg, mint „egy termék azon képessége, hogy megőrizze a megkövetelt funkcióit és teljesítményét szokásos használat mellett”). Míg a meghatározott terméktípusokra vagy termékcsoportokra vonatkozó termékspecifikus követelmények a termékspecifikus uniós jogszabályok hatálya alá tartoznak, az irányelv általánosságban úgy rendelkezik, hogy az áruknak az ugyanolyan típusú áruk esetében szokásos és a fogyasztó által észszerűen elvárható tartóssággal kell rendelkezniük, tekintettel az áruk jellegére és az ügyletláncban részt vevő személyek által vagy nevében tett bármely nyilvános nyilatkozatra.

A 17. cikk (1) bekezdése utal „**a tartósságra vonatkozó kereskedelmi jótállás[ra]**” is, amelyet a gyártó az önkéntes „kereskedelmi jótállás” sajátos formájaként kínál. Az ilyen jótállást kínáló gyártó az irányelv 14. cikkével összhangban a tartósságra vonatkozó kereskedelmi jótállás teljes időtartama alatt közvetlenül felel a fogyasztónak az áru javítása és cseréje tekintetében, azaz térítésmentesen, észszerű időn belül és a fogyasztónak okozott jelentős kényelmetlenség nélkül.

Az **új fogyasztóügyi stratégia** ⁽³³⁵⁾ és a **körforgásos gazdaságra vonatkozó 2020. évi cselekvési terv** ⁽³³⁶⁾ további javaslatokat irányoz elő a korai elavulás kezelésére.

4.2. Digitális ágazat

Az irányelv alkalmazási köre tág, mivel az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti összes ügyletre kiterjed, legyen szó offline vagy online ügyletről. Technológiasemleges, és az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti kereskedelmi gyakorlat esetében használt csatornától, kommunikációs eszköztől vagy eszköztől függetlenül alkalmazandó. Az irányelv hatálya kiterjed **az online közvetítőkre, ideértve a közösségi médiát, az online piacokat és alkalmazásboltokat, a kereső-programokat, az összehasonlító eszközöket** ⁽³³⁷⁾ és a digitális ágazatban működő különböző kereskedőket.

Az irányelv olyan gyakorlatokra és termékekre is alkalmazandó, amelyek technológiák, például **algoritmusok, automatizált döntéshozatal és mesterséges intelligencia (MI)** használatával járnak. Ez magában foglalja a kereskedők által a fogyasztókkal szemben a reklámozási, értékesítési és értékesítés utáni szakaszban alkalmazott valamennyi B2C-gyakorlatot, például a **nyomkövetési és célzott technológiák alkalmazását, az algoritmikus személyre szabást, a dinamikus optimalizációt és a megosztott könyvelési technológiákat**.

⁽³³⁴⁾ Az 66/2010/EK rendelet.

⁽³³⁵⁾ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak – Új fogyasztóügyi stratégia A fogyasztói reziliencia erősítése a fenntartható helyreállítás érdekében (COM(2020) 696 final), 2020.11.13.

⁽³³⁶⁾ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának, Az európai egészségügyi unió kiépítése: A tisztább és versenyképesebb Európát szolgáló, körforgásos gazdaságra vonatkozó új cselekvési terv (COM(2020) 98 final), 2020.3.11.

⁽³³⁷⁾ A Bizottság 2015–2016-ban létrehozott egy, az összehasonlító eszközökkel foglalkozó, több érdekelt felet tömörítő csoportot, amely az ágazat képviselőit, az összehasonlító eszközök üzemeltetőit, a nem kormányzati szervezeteket és a nemzeti hatóságokat tömöríti, és amely olyan nem kötelező elveket dolgozott ki, amelyek kifejezetten arra irányulnak, hogy segítsék az összehasonlító eszközök üzemeltetőit a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek való megfelelésben. Az összehasonlító eszközöket tágra kell értelmezni, és idetartoznak az online piacterek funkciói, a felülvizsgálati eszközök stb. Elérhetőség: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/unfair-treatment/unfair-treatment-policy-information_en#comparison-tools

4.2.1. Online platformok és kereskedelmi gyakorlataik

Az online platformok rendszerint biztosítják az infrastruktúrát, és lehetővé teszik az eladók és felhasználók közötti interakciót az áruk, szolgáltatások, digitális tartalom és információk online biztosítása érdekében. Az online platformok számos különböző üzleti modell szerint működnek: van, amelyik pusztán lehetővé teszi a felhasználóknak, hogy harmadik felek által szolgáltatott információkat keressenek, hogy közvetlenül megkönnyítsék a harmadik fél kereskedők és a fogyasztók közötti szerződéses ügyleteket. A platformok – a saját nevükben – különböző típusú termékeket is reklámozhatnak és értékesíthetnek.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a platform és a platformot a termékeik fogyasztók körében történő népszerűsítésére használó kereskedők kereskedelmi gyakorlataira vonatkozik. Tekintettel arra, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv csak az üzleti vállalkozások és fogyasztók közötti helyzetekre vonatkozik, az első lépés annak vizsgálatakor, hogy alkalmazandó-e valamely online platform üzemeltetőjére, annak megvizsgálása, hogy az üzemeltető a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikke b) pontja értelmében **„kereskedőnek” vagy „a kereskedő nevében vagy javára eljáró személynek” minősül-e**. Egyedi értékelés alapján egy platform üzemeltetője a vállalkozásához kapcsolódó célokból járhat el, amikor például jutalékot számít fel az eladók és felhasználók közötti tranzakciók után, kiegészítő fizetős szolgáltatásokat nyújt vagy célzott reklámozásból tesz szert bevételekre.

Példa:

- Egy élelmiszerárakat összehasonlító szolgáltatásról egy nemzeti bíróság megállapította, hogy egy kereskedő honlapja, és összehasonlító hirdetésre szolgál ⁽³³⁸⁾.
- A fogyasztóknak előfizetési díj ellenében információt szolgáltató összehasonlító eszközt működtető fogyasztóvédelmi szervezetnek elvben meg kell felelnie a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv követelményeinek. Ez a szolgáltatás a szervezet azon stratégiájának részét képezheti, hogy fogyasztóknak nyújtott szolgáltatásaiból kereskedelmi nyereségre tegyen szert, és ezzel az irányelv 2. cikkének b) pontja szerinti „kereskedővé” válik.

A második lépés annak vizsgálatakor, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazandó-e, annak megállapítása, hogy a platform üzemeltetője a 2. cikk d) pontja értelmében részt vesz-e **„az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlataiban”** olyan felhasználók (eladók és a szolgáltatások igénybe vevői) vonatkozásában, akik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének a) pontjának értelmében **„fogyasztónak” minősülnek**.

Egy kereskedőnek minősülő platformnak a **saját kereskedelmi gyakorlatait illetően** mindig meg kell felelnie az uniós fogyasztóvédelmi törvényeknek, **függetlenül attól, hogy ezek a gyakorlatok esetleg harmadik felek által szolgáltatott termékekre vonatkoznak, nem pedig magukra a platformokra**. Erre azért van lehetőség, mert a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében szereplő nagyon tág fogalom meghatározás szerint a „kereskedelmi gyakorlat” olyan gyakorlatot jelent, „amely közvetlen kapcsolatban áll valamely terméknek a fogyasztók részére történő eladásösztönzésével, értékesítésével vagy szolgáltatásával”, anélkül, hogy további követelményeket határozná meg a termék eredetére vonatkozóan.

A Verband Sozialer Wettbewerb ügyben a Bíróság megerősítette a „kereskedelmi gyakorlatnak” ezt a széles hatályát egy online platform nyomtatott sajtótermékben megjelenő hirdetésével kapcsolatban:

- „31. Meg kell végül állapítani, hogy a 2005/29 irányelv 7. cikke (4) bekezdésének b) pontjában szereplő információknak a vásárlásra való felhívásban történő **megjelenítésére vonatkozó kötelezettség nem függ attól a kérdéstől, hogy a felhívás az érintett termékek eladójától [azaz az online platformtól] vagy harmadik személytől származik-e**. Következésképpen abban az esetben, ha [egy online platform] valamely nyomtatott sajtótermékben megjelenő hirdetés[e] több eladótól származó terméket hirdet, az e rendelkezés által megkövetelt információk a jelen ítélet 29. pontjában említett térbeli akadályoktól függetlenül továbbra is szükségesek.” ⁽³³⁹⁾

Átláthatóságra vonatkozó kötelezettségek

A platformok különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke szerinti **átláthatóságra vonatkozó követelmények** hatálya alá tartoznak, amelyek előírják számukra, hogy tartózkodjanak a megtévesztő tevékenységektől és mulasztásoktól, amikor egy terméket reklámoznak, értékesítenek vagy szolgáltatnak a fogyasztóknak.

Az online platformoknak például a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke értelmében átláthatóvá kell tenniük a **szolgáltatásaik lényeges tulajdonságait**. A platform konkrét üzleti modelljétől függően különböző elemek lehetnek relevánsak a fogyasztó számára, mint például a **platform kínálatának lefedettsége** (például az ágazatok, az eladók típusai és száma), az információk frissítésének gyakorisága (különösen a termékek árára és elérhetőségére vonatkozóan), a platformon működő beszállítók kiválasztásának módja, valamint az, hogy ellenőrzi-e, és ha igen, milyen módon ellenőrzi a megbízhatóságukat.

⁽³³⁸⁾ Tribunal de commerce de Paris – 29 mars 2007 – Carrefour c/Galaec (la coopérative groupement d'achat des centres Leclerc).

⁽³³⁹⁾ A Bíróság 2017. március 30-i ítélete, Verband Sozialer Wettbewerb, C-146/16. sz.

Az ilyen információk lehetővé tehetik a fogyasztók számára annak megértését, hogy a platformon a termékek és eladók elérhetősége nem teljes körű, és hogy más információk csatornán keresztül is találhatnak egyéb ajánlatokat. Segítenek továbbá elkerülni annak kockázatát, hogy a fogyasztókat megtévezzék a „legjobb ajánlat” vagy „javasolt választás” jellel ellátott listázások.

Ha a platform észszerűen tudomással bír olyan árak vagy termékek megjelenítéséről, amelyek valójában nem érhetők el, az sértheti a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikkét, illetve a körülményektől függően az irányelv I. mellékletében szereplő feketelista számos olyan rendelkezését, amelyek minden körülmények között tiltják a **csalogató reklámot** (5. pont), a **bait-and-switch reklámot** (6. pont), és **téves** tényszerű **információ szolgáltatását a piaci feltételekről** azzal a szándékkal, hogy a fogyasztót a terméknek a szokásos piaci feltételeknél kevésbé kedvező feltételek melletti megvásárlására bírják rá (18. pont). Egy termék **korlátozott elérhetőségére** vonatkozó megtévesztő kijelentések sérthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontját.

Amennyiben egy platform lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy együtt vásároljanak termékeket, és ezzel kedvezőbb árat érjenek el („kollektív vásárlási” platformok), egyértelműen tájékoztatniuk kell a fogyasztókat az ajánlat jellemzőiről és áráról, valamint az eladóról. A csoportos vásárlást követően megszerzett termék/szolgáltatás jellemzői mindenekelőtt nem lehetnek rosszabbak a szokásos áron elérhető termék/szolgáltatás jellemzőinél, kivéve, ha a fogyasztókat erről egyértelműen tájékoztatják. Egyértelműen kell megfogalmazni azokat a feltételeket (például a vásárlók minimális száma, az ajánlat időtartama), amely mellett a fogyasztók élhetnek a vásárlási lehetőséggel.

Példa:

- Egy wellnessközpontban egy speciális kezelést 50 %-os árengedménnyel reklámoznak, ha azt csoportos vásárlási platformon keresztül vásárolják meg. Egy ilyen ajánlat valószínűsíthetően a 6. cikk (1) bekezdésének b) és d) pontja alá tartozik (árkedvezmény megtévesztő feltüntetése), ha az ajánlott kezelés mindössze 30 percig tart, miközben teljes, szokásos áron 60 percig tart, kivéve, ha a fogyasztókat erről egyértelműen tájékoztatják.
- Csomagajánlatok, vagyis több termék vagy szolgáltatás összekapcsolása esetében, amikor az ár a megvásárolt termékek vagy szolgáltatások számától/terjedelmétől függően eltérő lehet, a teljes csomagárat kell feltüntetni minden olyan benyomás elkerülése érdekében, hogy több termék vagy szolgáltatás vásárolható meg alacsonyabb áron, amikor nem is erről van szó ⁽³⁴⁰⁾.

Szakmai gondosság

Továbbá a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében egyetlen kereskedőnek minősülő platform sem járhat el a fogyasztókkal szemben folytatott kereskedelmi gyakorlatai során a **szakmai gondosság** követelményeivel ellentétesen. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének h) pontja értelmében a „szakmai gondosság” a szakismeret és a gondosság azon szintje, amelynek gyakorlása észszerűen elvárható a kereskedőtől a fogyasztóval szemben, a becsléses piaci gyakorlatnak és/vagy a jóhiszeműség általános alapelveinek megfelelően, a **kereskedő tevékenységi körében**.

E kereskedőknek a szakmai gondosságra vonatkozóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében a fogyasztókkal szemben fennálló kötelezettségei eltérnek az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 14. cikkében megállapított felelősség alóli mentesség rendszerétől a **szolgáltatók által harmadik felek kérésére jogellenesen tárolt információk** tekintetében, ugyanakkor kiegészítik azt. Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 15. cikkének (1) bekezdése továbbá megakadályozza, hogy a tagállamok a tárolt információk nyomon követésére vagy a tényfeltáráshoz való aktív részvételre vonatkozó általános kötelezettséget írjanak elő az ilyen tárhelyszolgáltatók számára.

Ebben a tekintetben az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 1. cikkének (3) bekezdése világossá teszi, hogy az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv „kiegészíti az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokra alkalmazandó közösségi jogot, a közösségi jogi aktusokban és az azokat végrehajtó nemzeti jogszabályokban megállapított védelem – különösen a közegészségügy és a fogyasztói érdekek védelme – szintjének sérelme nélkül, amennyiben ez nem korlátozza az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások nyújtásának szabadságát”. Ez azt jelenti, hogy az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv és a vonatkozó uniós fogyasztóvédelmi jogszabályok **főszabály szerint kiegészítő jelleggel alkalmazandók** ⁽³⁴¹⁾.

A szakmai gondosságra vonatkozóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett kötelezettségeik eredményeként a platformoknak **megfelelő intézkedéseket kell tenniük** – anélkül, hogy azok általános nyomonkövetési vagy tényfeltárási kötelezettségnek minősülnek –, amelyek lehetővé teszik harmadik fél kereskedők számára az uniós fogyasztóvédelmi és marketingtörvények előírásainak való megfelelést.

⁽³⁴⁰⁾ A Lett Fogyasztóvédelmi Központ iránymutatása a csoportos vásárlásra vonatkozó tisztességes kereskedelmi gyakorlatokról, 2013. július 1.

⁽³⁴¹⁾ A digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslat ugyanezt a kiegészítő kapcsolatot irányozza elő, amint az az 1.2.8. szakaszban olvasható.

Ezek az intézkedések magukban foglalhatják például azt, hogy a platformok úgy **alakítják ki elektronikus felületüket, hogy lehetővé tegyék a harmadik fél kereskedők számára**, hogy az uniós marketing- és fogyasztóvédelmi jogszabályokkal összhangban **információkat nyújtsanak a platform felhasználóinak** – különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4) bekezdésében a vásárlásra való felhívás esetén előírt információkat, illetve a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6. cikke szerinti információkat. Az online piactereknek például lehetővé kell tenniük a harmadik fél eladók számára, hogy tájékoztassák a fogyasztókat személyazonosságukról, elérhetőségükről, a termék áráról és minden olyan többletköltségről, amellyel a fogyasztó szembesülhet például az alkalmazáson belüli vásárlás során.

Ha a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alá tartozó online platformok nem tesznek eleget a szakmai gondosság e követelményeinek vagy egyéb módon tisztességtelenül reklámoznak, értékesítenek vagy szolgáltatnak termékeket a felhasználóknak, sérthetik az uniós fogyasztóvédelmi törvényeket. Nem hivatkozhatnak a közvetítők elektronikus kereskedelemről szóló irányelv szerinti felelősség alóli mentességére a saját kereskedelmi gyakorlataik tekintetében, mivel ez a mentesség kizárólag a harmadik felek kérésére tárolt jogellenes információkra vonatkozik.

4.2.2. A harmadik felekkel kötött fogyasztói szerződések közvetítése

Az (EU) 2019/2161 irányelv módosításai nyomán a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv tartalmazza az „**online piac**” konkrét fogalom meghatározását, s ez szerint olyan online platform, amely lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy a harmadik fél eladók (kereskedők vagy fogyasztók) által kínált termékeket közvetlenül a piac elektronikus felületén vásárolják meg. Az „online piac” technológiasemleges koncepció, amely magában foglalja a digitális tartalmat és szolgáltatásokat nyújtó alkalmazás-áruházakat is.

Számos online piac a harmadik fél kereskedők termékei mellett saját termékeket is kínál. Egyes piacterek csak professzionális harmadik fél eladóknak adnak teret, mások magánemberektől és szakemberektől származó vegyes ajánlatokat kínálnak, vagy csak a társas fogyasztók közötti kapcsolatokat könnyítik meg (bizonyos közösségi vagy megosztásalapú gazdasági platformok, ahol a szolgáltatók és a felhasználók nonprofit alapon ténylegesen megosztják az eszközöket, erőforrásokat, időt és készségeket, ilyen például a közös autóhasználat a költségek megosztásával).

Az online piacoknak lépéseket kell tenniük annak biztosítására, hogy **a fogyasztó a kereskedő által szolgáltatott információk alapján megfelelő tájékoztatást kapjon a kereskedő kilétéről**. Valójában, ha a piac nem nyújt tájékoztatást a tényleges kereskedő kilétéről, ami azt a benyomást kelti, hogy a piac a tényleges kereskedő, akkor az a helyzet állhat elő, hogy a piac **felelősséggel tartozik a kereskedő kötelezettségeiért**.

A Bíróság elemezte a kereskedő kilétének kérdését a Wathetlet ügyben⁽³⁴²⁾, amely egy offline közvetítő (gépjárműgarázs) felelősségével foglalkozott a fogyasztóknak a fogyasztási cikkek adásvételéről szóló korábbi 1999/44 európai parlamenti és tanácsi irányelv alapján értékesített áruk megfelelősége tekintetében⁽³⁴³⁾.

A Bíróság megállapította (33–34. pont), hogy bár az 1999/44/EK irányelv nem foglalkozik a közvetítők fogyasztókkal szembeni felelősségének kérdésével, ez „**önmagában nem zárja ki, hogy az „eladónak” az 1999/44 irányelv 1. cikke (2) bekezdésének c) pontja értelmében vett fogalmát úgy is lehet értelmezni, hogy az magában foglal egy olyan eladót vagy szolgáltatót, aki valamely magánszemély nevében és javára jár el, amennyiben a fogyasztó szempontjából úgy jelenik meg, mint aki szerződés alapján valamely fogyasztási cikket értékesít gazdasági vagy szakmai tevékenysége keretében** Ily módon eljárva ugyanis összezavarhatja a fogyasztót, és azt a téves képzetet keltheti benne, hogy eladóként jár el mint a fogyasztási cikk tulajdonosa.”

A Bíróság azt is megállapította (44. pont), hogy „E tekintetben elsősorban a következők lehetnek relevánsak **annak meghatározása céljából, hogy a fogyasztó képes volt-e annak megértésére, hogy a közvetítő egy magánszemély nevében és javára jár el**: a közvetítő részvételének szintje és erőfeszítésének intenzitása az értékesítésben, azon körülmények, amelyek között a fogyasztási cikket a fogyasztónak bemutatták, valamint a fogyasztó magatartása.”

Ezek az offline közvetítőnek az áruk megfelelőségével kapcsolatban fennálló felelősségére vonatkozó bírósági következtetések relevánsak lehetnek **más közvetítők és a kereskedők uniós jog szerinti egyéb kötelezettségei szempontjából is**, többek között online összefüggésben. Az online közvetítők különösen akkor tehetők **felelőssé a kereskedő szerződéskötést megelőző tájékoztatással vagy szerződésteljesítéssel kapcsolatos kötelezettségeiért, ha a fogyasztó szempontjából a (javasolt) szerződés alapján kereskedőként jelennek meg**.

A Wathetlet ügyben hozott ítéletében (37. pont) a Bíróság hangsúlyozta, hogy „**elengedhetetlen az a tény, hogy a fogyasztó megismerje az eladó személyazonosságát, különösen pedig annak magánszemély, illetve eladó vagy szolgáltató minőségét, annak érdekében, hogy a fogyasztó számára lehetővé váljon, hogy az irányelv által nyújtott védelemben részesüljön.**” Ugyanakkor, **még ha a tényleges eladó egyben kereskedő volt is**, és a fogyasztót ennek megfelelően nem fosztották meg jogaitól, elképzelhető, hogy a fogyasztó például a kereskedő megbízhatóságával és a fogyasztói jogok érvényesítésének lehetőségével kapcsolatos aggályai miatt nem kötötte volna meg a szerződést, ha ismerte volna a tényleges kereskedő kilétét.

⁽³⁴²⁾ A Bíróság 2016. november 9-i ítélete, Sabrina Wathetlet, C-149/15.

⁽³⁴³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 1999/44/EK irányelve (1999. május 25.) a fogyasztási cikkek adásvételének és a kapcsolódó jótállásnak egyes vonatkozásairól (HL L 171., 1999.7.7., 12. o.).

A „kereskedő” fogalmával kapcsolatban további iránymutatás várható a folyamatban lévő C-536/20. sz. Tiketa ügyben, amely azzal a kérdéssel foglalkozik, hogy egy online közvetítő (jegyértékesítési platform) a szolgáltatást ténylegesen nyújtó kereskedővel egyetemlegesen felelősségre vonható-e, ha a közvetítő nem nyújtott egyértelmű tájékoztatást arról, hogy pusztán közvetítőként jár el.

Az (EU) 2019/2161 irányelv a 7. cikk (4) bekezdését egy új, f) ponttal egészítette ki. Kifejezetten előírja az online piac szolgáltatói számára, hogy a vásárlásra való felhívásban tájékoztassák a fogyasztót arról, hogy a terméket kínáló harmadik fél **kereskedő-e vagy sem (például másik fogyasztó)**, az adott harmadik fél eladó által szolgáltatott információk alapján. Az (EU) 2019/2161 irányelv kibővítette a fogyasztók jogairól szóló irányelvet ugyanezekkel és további, az online piacokra vonatkozó tájékoztatási követelményekkel (6a. cikk).

7. cikk – Megtévesztő mulasztások

(4) *Vásárlásra való felhívás esetén az alábbiakra vonatkozó információ minősül jelentősnek, amennyiben az a körülményekből nem tűnik ki:*

f) az online piacokon kínált termékek esetében az, hogy a terméket kínáló harmadik fél kereskedő-e vagy sem, a harmadik fél által az online piac szolgáltatója számára adott nyilatkozat alapján.

Ez a kifejezetten az online piacokra vonatkozó tájékoztatási követelmény biztosítani kívánja, hogy a fogyasztók mindig tudják, kitől vásárolnak terméket az online piacon – kereskedőtől vagy másik fogyasztótól. Az a téves feltételezés, hogy a harmadik fél eladó kereskedő, problémákat okozhat a fogyasztónak, ha az online vásárlással kapcsolatban valami probléma merül fel (például az áru nem megfelelő), és kiderül, hogy a fogyasztóvédelmi szabályok, például a 14 napon belüli elállási jog vagy a jótállás ténylegesen nem vonatkozik a megkötött szerződésre.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (és a fogyasztók jogairól szóló irányelv) előírja, hogy a harmadik fél eladó státuszára vonatkozó információknak az adott szolgáltató erre vonatkozó nyilatkozatán kell alapulniuk, amelyet az online piac ezt követően továbbít a fogyasztónak. Az online piac így elsősorban a harmadik fél eladó által benyújtott nyilatkozatra támaszkodhat. Ez a megközelítés összhangban van azzal az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv értelmében vett tilalommal, amely szerint nem írhatók elő általános nyomkövetési kötelezettségek az online közvetítőkre, amennyiben az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv vonatkozó rendelkezései alkalmazandók az online piacra. Ugyanakkor ez nem érinti az online piac jogellenes tartalmakkal kapcsolatos kötelezettségeit, például azt, hogy el kell járni az olyan bejelentések alapján, amelyek felhívják a platform figyelmét a kereskedők konkrét csalárd ajánlataira ⁽³⁴⁴⁾.

Hangsúlyozni kell, hogy ez a rendelkezés tájékoztatási követelmény az online piacon vásárló fogyasztók tekintetében az egyértelműség előmozdítása érdekében. Az önbevallás jó mutatója az eladó jogállásának, de nem helyettesíti a „kereskedő” fogalom meghatározását, amelyet továbbra is a meghatározott követelmények szerint kell alkalmazni. Ebben a tekintetben utalni kell a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 22. pontjára, amely megtiltja a kereskedőknek, hogy úgy tegyenek, mintha nem kereskedők lennének. Ez a tilalom ezen új tájékoztatási szabály értelmében a nem kereskedői minőség helytelen vagy pontatlan bejelentésére vonatkozik.

Annak előmozdítása érdekében, hogy a kereskedők helyesen nyilatkozzanak státuszukról, a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6a. cikke (1) bekezdésének c) pontja is előírja, hogy az online piac szolgáltatójának figyelmeztetnie kell a fogyasztót arra, hogy nem élhet a fogyasztói jogokkal, amennyiben a harmadik fél eladó kijelentette, hogy nem kereskedő.

Végezetül, a Kamenova ügyben, amely egy online platformon jelen lévő egyéni eladót érintett, a Bíróság további kritériumokat határozott meg annak megállapítására, hogy egy személy kereskedőnek minősül-e (lásd a kereskedő fogalmáról szóló 2.2. szakaszt).

4.2.3. A keresési eredmények átláthatósága

A keresőmotorok meghatározott algoritmus szerint lehetővé teszik az információk keresését az interneten. Más közvetítők, például online piacterek és ár-összehasonlító szolgáltatások is lehetőséget biztosítanak a szolgáltatásaik révén elérhető különböző termékek és eladók közötti keresésre. A fogyasztók elvárják, hogy a keresési eredmények „semlegesek” vagy „organikusak” legyenek, és megfelelően pártatlan kritériumokon alapuljanak. A szolgáltatók azonban a keresési eredmények között fizetett reklámot is szerepeltetnek, vagy javítják a termékek rangsorolását az érintett harmadik fél kereskedőtől kapott közvetlen vagy közvetett fizetést követően.

Az (EU) 2019/2161 irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkét egy új, (4a) bekezdéssel egészítette ki, amely konkrét tájékoztatási követelményt határoz meg a rangsorolást meghatározó fő paraméterek tekintetében. Ezenkívül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete egy új, 11a. ponttal egészült ki, amely tiltja a nem felfedett hirdetések és a fizetett promóció megjelenítését a keresési eredményekben.

⁽³⁴⁴⁾ Lásd az elektronikus kereskedelmi irányelv 14. cikkének (2) bekezdését.

A rangsorolási paraméterekre vonatkozó tájékoztatás

7. cikk

„(4a) Amikor a fogyasztók lehetőséget kapnak arra, hogy különböző kereskedők vagy fogyasztók által kínált termékek esetében kulcsszó, kifejezés vagy más lekérdezés alapján végezzenek keresést, függetlenül attól, hogy az ügyletet végül hol kötik meg, jelentősnek minősül a keresés eredményeit bemutató oldalról közvetlenül és könnyen elérhető online felület egy külön részén rendelkezésre bocsátott, azokra a fő paraméterekre vonatkozó általános információ, amelyek meghatározzák a fogyasztónak a keresés eredményeként megjelenített termékek rangsorát, valamint jelentősnek minősül e paraméterek más paraméterekkel szembeni relatív fontossága. Ez a bekezdés nem vonatkozik az (EU) 2019/1150 [...] rendelet 2. cikkének 6. pontjában meghatározott onlinekeresőprogram-szolgáltatókra.”

A 7. cikk (4a) bekezdésében foglalt új tájékoztatási követelmény csak azokra a kereskedőkre vonatkozik, akik lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy más – harmadik fél – kereskedő vagy fogyasztó által kínált termékeket keressenek, azaz az online piacokra és az összehasonlító eszközökre alkalmazandó. **Nem vonatkozik azokra a kereskedőkre, akik csak azt teszik lehetővé a fogyasztók számára, hogy a különböző termékekre vonatkozó saját ajánlataik között keressenek.**

A tájékoztatási követelmény az (EU) 2019/1150 rendeletben (a továbbiakban: P2B rendelet) meghatározott **„online keresőprogramokra” sem alkalmazandó.** Ennek az az oka, hogy a P2B rendelet már előírja, hogy az online kereső-programok valamennyi szolgáltatója „könnyen és nyilvánosan hozzáférhető leírást” tegyen közzé a fő paramétereiről, amely ennek megfelelően nemcsak az üzleti felhasználók, hanem a fogyasztók számára is hozzáférhető.

Emellett a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben foglalt tájékoztatási követelmény a kereskedőkre is vonatkozik, amikor a fogyasztó keresési lekérdezést végez. Ezzel szemben **nem alkalmazandó a fogyasztó számára megjelenített elektronikus felület alapértelmezett elrendezésére, amely nem az adott elektronikus felületen elvégzett konkrét keresési lekérdezés eredménye.**

Az (EU) 2019/2161 irányelv a fogyasztók jogairól szóló irányelvet is hasonló tájékoztatási kötelezettséggel egészítette ki, amely csak az online piacokra, vagyis azokra a közvetítőkre vonatkozik, amelyek lehetővé teszik a fogyasztói szerződések harmadik felekkel való közvetlen megkötését (mind a B2C-, mind a C2C-szerződések esetében).

A „rangsorolás” fogalmát a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének m) pontja úgy határozza meg, mint „a termékek relatív kiemelése a kereskedők által bemutatott, megszervezett vagy közölt módon, tekintet nélkül az ilyen bemutatáshoz, szervezéshez vagy közléshez használt technológiai eszközökre”. Ugyanez a fogalom meghatározás alkalmazandó a fogyasztók jogairól szóló irányelv összefüggésében is.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (19) preambulumbekkezdése kifejti továbbá, hogy „[...] például szekvenciális algoritmusok, minősítési és értékelési mechanizmusok, vizuális kiemelések vagy más rangsorolási eszközök, vagy ezek kombinációi használatának eredményeként”.

Ami az információk tartalmát illeti, a platformnak „általános” tájékoztatást kell nyújtania a termékek rangsorolását meghatározó fő paraméterekről, valamint e paraméterek más paraméterekhez képest fennálló „viszonylagos jelentőségéről”.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (22) preambulumbekkezdése szerint „[a] fő paraméter fogalma a rangsorolással összefüggésben használt bármely általános kritériumot, folyamatot, algoritmusokba épített különös jeleket vagy más kiigazítási vagy visszaverési mechanizmust jelent”.

A rangsorolásra vonatkozó tájékoztatás nem sérti az üzleti titkokról szóló (EU) 2016/943 európai parlamenti és tanácsi irányelvet⁽³⁴⁵⁾. Amint azt a P2B rendelet 5. cikkében meghatározott, valamennyi online platformra és online kereső-programra vonatkozó párhuzamos rangsorolási átláthatósági kötelezettség kifejti, ez azt jelenti, hogy az érintett szolgáltatók kereskedelmi érdekeinek figyelembevétele soha nem vezethet a rangsorolást meghatározó fő paraméterek nyilvánosságra hozatalának megtagadásához. Ugyanakkor sem az (EU) 2016/943 irányelv, sem a P2B rendelet nem írja elő az érintett szolgáltatók által alkalmazott rangsorolási mechanizmusok részletes működésének – beleértve az algoritmusait is – közzétételét⁽³⁴⁶⁾. Ugyanez a megközelítés vonatkozik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti tájékoztatási követelményre is.

Az alapértelmezett rangsorolási paraméterek leírása maradhat általános, és nem kell minden egyes keresési lekérdezés esetében testreszabott módon megjeleníteni⁽³⁴⁷⁾. A tájékoztatást világosan és érthetően, a távoli kommunikációnak megfelelő módon kell nyújtani. Pontosításra került továbbá, hogy az elektronikus felület olyan meghatározott részében kell szerepelnie, amely közvetlenül és könnyen hozzáférhető az ajánlatokat bemutató oldalról.

⁽³⁴⁵⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/943 irányelve (2016. június 8.) a nem nyilvános know-how és üzleti információk (üzleti titkok) jogosulatlan megszerzésével, hasznosításával és felfedésével szembeni védelemről (HL L 157., 2016.6.15., 1. o.).

⁽³⁴⁶⁾ Lásd az (EU) 2019/2161 irányelv (23) preambulumbekkezdését és a P2B rendelet (27) preambulumbekkezdését.

⁽³⁴⁷⁾ Lásd az (EU) 2019/2161 irányelv (23) preambulumbekkezdését.

A tájékoztatási kötelezettség akkor is alkalmazandó, ha a kereskedő nem gépeléssel, hanem **szóbeli parancsok segítségével** („digitális asszisztensek” révén) teszi lehetővé a **keresést az elektronikus felületen**. Az információkat ebben az esetben is hozzáférhetővé kell tenni a kereskedő honlapján/alkalmazásában „az elektronikus felület egy meghatározott részében”.

A fogyasztók felé történő rangsorolás átláthatóságára vonatkozó új szabályok (a fogyasztók jogairól szóló irányelvben és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben) lényegében a P2B rendelethez hasonló módon határozzák meg a „rangsorolást” fogalmát. A P2B rendelet előírja a platformok számára, hogy üzleti felhasználóikat a platform vállalkozások közötti szerződési feltételeiben tájékoztassák, vagy a szerződéskötést megelőző szakaszban tegyék elérhetővé a tájékoztatást.

A vonatkozó tájékoztatási követelmények hasonlóak, de „a közönségük” eltérő. Ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (és a fogyasztók jogairól szóló irányelv) új rendelkezései csak „általános” tájékoztatást írnak elő a fő rangsorolási paraméterek és azok viszonylagos jelentősége tekintetében. Ez a P2B rendeletről való eltérés a **fogyasztók** tájékoztatási igényeit tükrözi, mert **könnyen érthető, tömör információkra van szükségük**. Ugyanezen okból a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a fogyasztók jogairól szóló irányelv szabályai sem írják elő, hogy ismertetni kell a fő rangsorolási paraméterek relatív fontosságának „indokait”, amelyet a P2B rendelet előír.

A gyakorlatban az online közvetítő szolgáltatók a P2B rendelet alapján az üzleti felhasználók rendelkezésére bocsátott részletesebb információkat felhasználhatják a rangsorolási paraméterek fogyasztóközpontú ismertetésének kidolgozásához. A Bizottság a P2B rendelet értelmében iránymutatásokat adott ki a rangsorolás átláthatóságáról⁽³⁴⁸⁾. Ezek az iránymutatások több olyan kérdésre is kitérnek, például a „fő paraméterek”, a „relatív hangsúly” és a „közvetlen és közvetett díjazás” fogalmára, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben és a fogyasztók jogairól szóló irányelvben előírt, a rangsorolás átláthatóságára vonatkozó szabályok alkalmazása szempontjából is relevánsak.

A fizetett reklám és rangsorolás felfedése

I. MELLÉKLET 11a. pont

„11a. A keresési eredmények megadása a fogyasztó online keresési lekérdezése alapján, anélkül, hogy egyértelműen felfednék a fizetett hirdetéseket vagy a kifejezetten a termékeknek a keresési eredmények közötti magasabb rangsorolását célzó fizetést.”

Az új, 11a. pont minden olyan kereskedőre vonatkozik, aki lehetővé teszi „termékek” (azaz áruk, szolgáltatások, digitális tartalom) keresését, ideértve a keresőprogramokat is.

Nem tiltja a hirdetések megjelenítését vagy a magasabb rangsorolást az érintett kereskedőktől kapott kifizetések alapján, de előírja a keresőszköz szolgáltatója számára, hogy egyértelműen tájékoztassa a fogyasztót, ha a keresési találatok olyan kereskedők termékeit, honlapjait vagy URL-jeit is tartalmazzák, akik **fizettek azért, hogy a keresési találatokba bekerüljenek** (reklámozás), vagy ha a **rangsorolást** közvetlen vagy közvetett kifizetések **befolyásolják**.

A „**reklámozás**” az „organikus” találati eredmények elején vagy az ilyen eredmények között való feltüntetésre utal, amelyre egyébként nem került volna sor az alkalmazandó objektív keresési kritériumok szerint.

A „**magasabb rangsorolás**” olyan helyzetekre utal, amikor a közvetlen vagy közvetett kifizetések eredményeként javult a rangsorban szereplő egy vagy több tétel pozíciója. Az (EU) 2019/2161 irányelv (20) preambulumbekzdése nem kimerítő példákat tartalmaz a magasabb rangsoroláshoz kapcsolódó közvetett kifizetésekre:

- a kereskedő további kötelezettségvállalása a szolgáltató irányába,
- magasabb tranzakciónkénti jutalék,
- különféle, konkrétan magasabb rangsorolást eredményező kompenzációs rendszerek.

Ezzel szemben a **közvetett kifizetések** nem terjednek ki az általános szolgáltatásokért való fizetésre, például a listázási díjakra vagy a tagsági előfizetésekre, amelyek funkciók széles skáláját érintik, feltéve, hogy az ilyen fizetések nem a magasabb rangsorolás elérésére szolgálnak.

A keresési eredményeken belüli hirdetéseket és a kifejezetten a magasabb rangsorolás elérésére irányuló kifizetés tárgyát képező keresési eredményeket **egyértelműen és jól láthatóan** ki kell emelni. A hirdetésre vagy a kifejezetten a magasabb rangsorolás elérésére irányuló fizetésre vonatkozó információkat az adott keresési eredményhez **közvetlenül kapcsolódóan** kell megjeleníteni, **vizuálisan szembevető** módon, az általános elektronikus felület többi részétől elkülönítve oly módon, hogy ne fordulhasson elő, hogy a fogyasztó a keresési eredmény megtekintésekor nem veszi észre a megjegyzést.

Amennyiben azonban a kifejezetten a magasabb rangsorolás elérése érdekében teljesített kifizetések a rangsorolási paraméterek részét képezik, és befolyásolják az **összes megjelenített eredmény** rangsorolását, **az ilyen kifizetésekre vonatkozó információk** a keresési találatok oldalán található **egyetlen egyértelmű és jól látható tájékoztatással is megadhatók**. Az ilyen tájékoztatásnak el kell különülnie, és azon a fent említett, a rangsorolási paraméterekkel

⁽³⁴⁸⁾ A Bizottság közleménye – Iránymutatás a rangsorolási átláthatóságról az (EU) 2019/1150 európai parlamenti és tanácsi rendeletnek megfelelően (HL C 424., 2020.12.8., 1. o.).

kapcsolatos általános tájékoztatáson felül kell megjelennie, amelyet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (4a) bekezdése ír elő a kereskedők számára.

A Bizottság és a fogyasztóvédelmi együttműködési hálózatban részt vevő nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok a Booking.com és az Expedia platformmal kapcsolatos együttes fellépések keretében foglalkoztak a keresési eredményeken belüli hirdetések és fizetett rangsorolás tényének közzétételével⁽³⁴⁹⁾ (lásd még a 4.3.6. szakaszt). E fellépések eredményeként ezek a platformok beleegyeztek abba, hogy a keresési találatok oldalán feltüntessék, ha a kifizetések befolyásolják a szálláshelyek rangsorolását. Emellett egy további tájékoztatásra mutató linket is csatoltak, és egyértelműen megjelölték ezeket a szálláshelyeket. Ezenkívül a korábbi „szponzorált” megjelölést a „reklám”, „hirdetés” vagy hasonló, a helyi nyelven ezzel egyenértékű sokatmondóbb felirat váltotta fel, és ezeket a jelöléseket feltűnőbbé tették.

Példa:

- Egy ár-összehasonlító honlap kiegészítő díj ellenében a kereskedők termékeinek előre sorolását kínálta. Egy nemzeti bíróság úgy ítélte meg, hogy az olyan összehasonlító megjelenítés, amelyről azt gondolhatják, hogy nincs kereskedelmi szándéka vagy célja, befolyásolhatja a fogyasztók üzleti döntéseit. Ezen az alapon az összehasonlító honlap kereskedelmi gyakorlatát megtévesztőnek minősítette. A bíróság megállapította, hogy valószínűsíthetően jelentősen torzította a fogyasztók gazdasági magatartását, hogy az összehasonlító eszköz nem azonosította egyértelműen fizettként ezt a kiemelt megjelenítést⁽³⁵⁰⁾.
- Egy nemzeti bíróság megtévesztőnek minősítette azt a gyakorlatot, miszerint egy jelentős összehasonlító és foglaló szolgáltató lehetővé tette a szállodáknak, hogy magasabb jutalék fizetésével manipulálják a rangsorolást⁽³⁵¹⁾.

4.2.4. Felhasználói értékelések

Számos online platform és emellett egyéni kereskedő kínál lehetőséget a fogyasztóknak arra, hogy tájékoztassák a többi fogyasztót a különböző termékekkel vagy kereskedőkkel szerzett tapasztalataikról. Az online piacterek, a keresőmotorok, a szakosodott utazási értékelő oldalak, az összehasonlító eszközök és a közösségi média gyakran lehetőséget adnak az értékelésre. Különböző tanulmányok bizonyítják, hogy **az értékelések fontosak a fogyasztók vásárlási döntései szempontjából**. Ezért fontos, hogy a fogyasztói értékelésekhez hozzáférést biztosító kereskedők észszerű és arányos lépéseket tegyenek annak biztosítása érdekében, hogy azok valós fogyasztók adott termékkel kapcsolatos tapasztalatait tükrözzék. Az „értékelés” fogalmát tágan kell értelmezni, beleértve a skálán történő értékeléssel kapcsolatos gyakorlatokat.

Ezen a területen azonban számos tisztességtelen gyakorlat azonosítására került sor. A kereskedők különböző technikákat alkalmaznak, hogy a platformokon növeljék a termékeik pozitív értékeléseinek számát, illetve csökkentsék a negatív értékelések számát vagy jelentőségét. A termékek értékesítésének fellendítése érdekében egyes **kereskedők hamis pozitív értékelések közzétételét szervezik meg**, például olyan szakosodott vállalatok bevonásával, amelyek a közösségi hálózatokon keresztül vagy más módon toboroznak tényleges fogyasztókat. Ezek a fogyasztók azután az online platformokon megvásárolják az adott kereskedők termékeit, és konkrét előnyökért cserébe ötszelliges értékelést adnak. Vagy **arra ösztönzik a fogyasztókat**, hogy a szponzorálás tényének nyilvánosságra hozatala nélkül **teszteljék termékeiket az értékelések** (szponzorált értékelések) **közzétételéért cserébe**.

Emellett **az ösztönzők hatására történő értékelések/hamis értékelések befolyásolhatják a termék rangsorolását** és ezáltal láthatóságát a platformon, ha a platform keresési paraméterei figyelembe veszik az értékelési pontszámot.

Az ilyen gyakorlatok torzítják a fogyasztók választási lehetőségeit. Bár egyes platformok arról számolnak be, hogy intézkedéseket hoznak a hamis értékelések korlátozására, úgy tűnik, hogy a probléma egyre nagyobb mértékű, és egyre fokozódó végrehajtási tevékenységhez vezet. E megtévesztő gyakorlatok hatását súlyosbítja a rendes értékelések tartós hiánya, különösen az új termékek vagy az új piaci szereplők esetében⁽³⁵²⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nemcsak a fogyasztói értékeléseket hozzáférhetővé tevő vagy azokhoz hozzáférést biztosító online platformok és egyéb kereskedők kereskedelmi gyakorlataira vonatkozik, hanem **minden olyan kereskedőre is, amely más kereskedők javára szervezi meg az értékeléseket**. A kereskedelmi gyakorlat fogalom meghatározásáról szóló 2.3. szakaszban kifejtettek szerint a kereskedő kereskedelmi gyakorlatai a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak, függetlenül attól, hogy az ilyen kereskedelmi gyakorlatok a saját termékeiket vagy más kereskedők által szolgáltatott termékeket reklámoznak-e.

⁽³⁴⁹⁾ Sajtóközlemény, 2020. december 18.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

⁽³⁵⁰⁾ Cass. Com. 4 décembre 2012, 11-27729, Publicité Sté Pewterpassion.com c/ Sté Leguide.com.

⁽³⁵¹⁾ LG Berlin, 2011.8.25., Az.16 O 418/11.

⁽³⁵²⁾ Például a német Bundeskartellamt becslése szerint a vásárlást követően csak a fogyasztók 1 %-a hagy értékeléseket, lásd a Konsultationspapier zur Sektoruntersuchung Nutzerbewertungen című dokumentum E 1.2. pontját: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2020/18_06_2020_SU_Nutzerbewertungen_Konsultation.html

Ezzel szemben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **nem vonatkozik azokra a fogyasztókra, akik információt szolgáltatnak** a termékekkel vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos **tapasztalataikról**, kivéve, ha úgy tekinthetők, hogy „a kereskedő nevében vagy javára járnak el” (lásd még a véleményformáló marketingről szóló 4.2.6. szakaszt).

A fogyasztói értékelésekkel és ajánlásokkal kapcsolatos megtévesztő gyakorlatok sérthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdését, amely előírja a kereskedők számára a kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi szándékának azonosítását, amennyiben az nem derül ki a kontextusból.

Az (EU) 2019/2161 irányelv megerősítette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet azáltal, hogy **konkrét rendelkezéseket vezetett be a fogyasztói értékelések és ajánlások terén**. Konkrétan az I. melléklet 23b. pontja értelmében a kereskedők nem állíthatják, hogy a termék értékelését olyan fogyasztók nyújtották be, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket, anélkül, hogy észszerű és arányos lépésekre kerülne sor annak ellenőrzésére, hogy az értékelések ilyen fogyasztóktól származnak. A 23c. pont értelmében kifejezetten tilos a termékek népszerűsítése érdekében valótlan fogyasztói értékelések benyújtása, illetve más jogi vagy természetes személy ezzel történő megbízása. Tiltja továbbá a fogyasztói értékelések megtévesztő bemutatását a termékek népszerűsítése érdekében. Végezetül az értékelésekhez hozzáférést biztosító kereskedőknek tájékoztatniuk kell a fogyasztókat arról, hogy biztosítják-e, és ha igen, mily módon, hogy a közzétett értékelések a 7. cikk (6) bekezdésével összhangban a fogyasztóktól származzanak.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv olyan B2C-gyakorlatokra vonatkozik, amelyek közvetlenül kapcsolódnak valamely terméknek a fogyasztók számára történő népszerűsítéséhez, értékesítéséhez vagy szolgáltatásához. Ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értékelésekről szóló új rendelkezéseiben a „termékekre” való hivatkozás célja annak hangsúlyozása, hogy azok nem vonatkoznak más, a termék népszerűsítéséhez, értékesítéséhez vagy szolgáltatásához nem kapcsolódó értékelésekre.

Ennek megfelelően ezek a rendelkezések azokra az értékelésekre is vonatkoznak, amelyek szigorú értelemben véve nem foglalkoznak ugyan a termékekkel vagy azok jellemzőivel, de fő céljuk a **kereskedők minőségének és teljesítményének** értékelése a termékek kínálata vagy értékesítése során. Amennyiben ebben a keretben a „kereskedők” teljesítményének értékelését használják termékeik népszerűsítésének eszközeként, ezek az értékelések a fogyasztó számára is lényegesnek tekinthetők az adott kereskedő termékeire vonatkozó üzleti döntés meghozatala során. Különösen abban az esetben, ha az értékelések olyan paraméterek alapján értékelik a kereskedőt, mint a termékek minősége, megbízhatósága vagy a szállítás gyorsasága, az ilyen értékelések a kereskedő termékeinek promóciójára irányulhatnak vagy összefonódhatnak azzal. Következésképpen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv új rendelkezései alkalmazhatók ezekre az értékelésekre.

Ezzel szemben azok az értékelések, amelyek a kereskedőnek a B2C-kapcsolaton kívüli tulajdonságait – például társadalmi felelősségvállalását, foglalkoztatási feltételeit, az adózást, a piaci vezető szerepet, az etikai szempontokat stb. – értékelik, valószínűleg nem tartoznak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá, ideértve a fogyasztói értékelésekre vonatkozó új rendelkezéseket.

Tájékoztatás az értékelések kezeléséről

7. cikk (6) bekezdés

(6) Amennyiben a kereskedő hozzáférést biztosít **a termékek fogyasztói értékeléseihez**, az arra vonatkozó információt, hogy a kereskedő biztosítja-e és hogyan, hogy a közzétett értékelések olyan fogyasztóktól származnak, akik a terméket ténylegesen használták vagy megvásárolták, **jelentősnek kell tekinteni**.

Az új tájékoztatási kötelezettség minden olyan kereskedőre vonatkozik, aki hozzáférést biztosít a fogyasztói értékelésekhez, ideértve azt az esetet is, amikor a kereskedő az elektronikus felületén népszerűsíti a más kereskedő által rendelkezésre bocsátott értékeléseket, például egy speciális értékelési eszközt. Az (EU) 2019/2161 irányelv (47) preambulumbekkezdése nagy vonalakban ismerteti a követelmény hatályát. Nevezetesen, az információknak nemcsak az annak ellenőrzésére irányuló konkrét intézkedésekre kell kiterjedniük, hogy az értékelések olyan fogyasztóktól származnak-e, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket, **hanem általánosabban véve az értékelések feldolgozására is**. Ez magában foglalja az arra vonatkozó információkat, hogy valamennyi értékelést közzéteszik-e, hogyan jutnak hozzá az értékelésekhez, hogyan számítják ki az átlagos értékelési pontszámokat, és hogy azokat befolyásolják-e szponzorált értékelések vagy a platformon jelen lévő kereskedőkkel fennálló szerződéses kapcsolatok.

A kereskedők által arról nyújtott tájékoztatás, hogy milyen lépéseket tettek annak biztosítása érdekében, hogy a közzétett értékelések olyan fogyasztóktól származzanak, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket, azért is fontos, mert ennek elemzésével kerül sor annak értékelésére, hogy a kereskedő az I. melléklet új, 23b. pontjával összhangban ténylegesen közzétehet-e értékeléseket fogyasztói értékelésként.

Ennek a tájékoztatásnak egyértelműnek és érthetőnek kell lennie, továbbá elérhetővé kell tenni „a fogyasztói értékelésekhez való hozzáférés biztosításakor”, azaz a tájékoztatást ugyanazon a felületen kell elérhetővé tenni, ahol az értékeléseket, többek között egyértelműen azonosított és jól látható hiperhivatkozásokkal.

Tiltott gyakorlatok

I. melléklet 23b. pont

23b. *Annak állítása, hogy a termék értékelését olyan fogyasztók nyújtották be, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket, anélkül, hogy észszerű és arányos lépésekre kerülne sor annak ellenőrzésére, hogy az értékelések ilyen fogyasztóktól származnak.*

Az I. melléklet új, 23b. pontja megakadályozza a kereskedőket abban, hogy megtévesszék a felhasználókat az értékelések eredetét illetően: nem állíthatják, hogy az általuk elérhetővé tett értékelések valódi felhasználóktól származnak, kivéve, ha észszerű és arányos lépéseket tesznek, amelyek – anélkül, hogy általános nyomkövetési vagy tényfeltárási kötelezettséget jelentenének (lásd az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 15. cikkének (1) bekezdését) – **növelik annak valószínűségét, hogy az ilyen értékelések a valódi felhasználók tapasztalatait tükrözik.**

Az, hogy az értékelések kereskedő általi bemutatása azt jelenti-e, hogy azokat „olyan fogyasztók nyújtják be, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket”, attól függ, hogy az átlagfogyasztó hogyan érzékeli azt. Az értékeléseket nem feltétlenül ilyen módon kell bemutatni – a „fogyasztói” vagy „fogyasztói/felhasználói” értékelésekre való általánosabb hivatkozások is arra készíthetők az átlagfogyasztót, hogy azokat a terméket használó vagy megvásároló más fogyasztók által adott értékelésként érzékeli.

A szükséges „észszerű és arányos” lépéseket többek között a kereskedő üzleti modelljének figyelembevételével kell értékelni – egy olyan online piactérnek, amely a saját ügyfelei értékeléseit mutatja be, előfordulhat, hogy más intézkedéseket kell alkalmaznia, mint egy speciális értékelési szolgáltatásnak, amely szerződéses kapcsolat nélkül a szélesebb közönségtől kér értékeléseket. A kereskedő tevékenységének nagyságrendjét és a kockázat szintjét is figyelembe kell venni annak megállapításához, hogy az adott kereskedő esetében mi „észszerű és arányos”. Például a csalárd tevékenység nagy kockázatával járó és nagyobb erőforrásokkal rendelkező nagy platformoktól azt várják, hogy a kisebb kereskedőkhöz képest jelentősebb eszközöket alkalmazzanak a fogyasztói értékelések révén elkövetett csalások leküzdésére.

Az értékelések eredetének ellenőrzésére irányuló lépéseknek azonban abban az értelemben is arányosnak kell lenniük, hogy nem tehetik túlzottan nehézé az értékelések közzétételét, elriasztva ezzel az értékelések benyújtásától azokat a fogyasztókat, akik ténylegesen megvásárolták vagy használták a terméket.

Az (EU) 2019/2161 irányelv (47) preambulumbekzdése kifejti, hogy az észszerű és arányos lépések közé tartozhat, hogy „információkat kérnek annak ellenőrzésére, hogy az adott fogyasztó ténylegesen használta vagy megvásárolta a terméket”. Ilyen információ lehet például egy foglalási szám. További „észszerű és arányos lépések” lehetnek az alábbiak:

- az értékelők regisztrálására vonatkozó előírás,
- technikai eszközök használata annak ellenőrzésére, hogy az értékelő valóban fogyasztó-e (például az IP-cím ellenőrzése, e-mailben történő ellenőrzés),
- egyértelmű szabályok megállapítása az értékelők számára a hamis és nyilvánosságra nem hozott szponzorált értékelések tilalma érdekében,
- a csalárd tevékenységek automatikus észlelésére szolgáló eszközök alkalmazása,
- megfelelő intézkedések és erőforrások biztosítása a gyanús értékelésekkel kapcsolatos panaszok kivizsgálására, ideértve azt az esetet is, amikor az értékelés által érintett kereskedő bizonyítja, hogy az értékelést nem a terméket ténylegesen használó vagy megvásároló fogyasztó nyújtotta be.

A kereskedők által a 7. cikk (6) bekezdésével összhangban közzéteendő információknak köszönhetően várhatóan mind a felhasználók, mind a végrehajtó hatóságok számára lehetővé válik a kereskedő által tett lépések értékelése, összehasonlítása azokat a bevált ágazati gyakorlatokkal, amelyek idővel fejlődhetnek. Ezen a területen az alábbi ISO-szabvány áll rendelkezésre: „Online fogyasztói értékelések: Az értékelések gyűjtésére, moderálására és közzétételére vonatkozó elvek és követelmények” (ISO 20488:2018).

I. melléklet 23c. pont

23c. **A termékek népszerűsítése érdekében** valótlan fogyasztói értékelések vagy ajánlások benyújtása, illetve más jogi vagy természetes személy megbízása ezzel, vagy fogyasztói értékelések vagy közösségi médiában történő ajánlások valótlan bemutatása.

Az új, 23c. pont a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok két típusára vonatkozik:

- Az első elem azokra a kereskedőkre vonatkozik, akik hamis értékeléseket vagy ajánlásokat nyújtanak be vagy ilyenre adnak megbízást, beleértve a másoktól (például „lajkológyáráktól” vagy természetes személyektől) történő vásárlást. Idetartozik különösen az a gyakorlat, hogy bevonják a terméket vásárló tényleges fogyasztókat, akik a pozitív értékelések közzétételéért ellentételezésben részesülnek. A 23c. pontnak ez a része egyaránt vonatkozik az e megtévesztő tevékenységekben részt vevő szakemberekre és fogyasztókra, amennyiben úgy ítéltető meg, hogy

„a kereskedő nevében vagy javára járnak el”. Nem vonatkozik azonban azokra a kereskedőkre, különösen az online platformokra, amelyek fogyasztói értékeléseknek adnak teret és hozzáférést anélkül, hogy részt vennének azok benyújtásában (posztolás).

- A második elem azoknak a kereskedőknek – köztük online platformoknak – szól, amelyek hozzáférést biztosítanak a fogyasztói értékelésekhez vagy a közösségi médiában történő ajánlásokhoz, és hamisan mutatják be azokat, például azáltal, hogy csak pozitív értékeléseket kérnek és tesznek közzé, és visszavonják a negatív értékeléseket.

Az „ajánlás” fogalmát tágan kell értelmezni, és kiterjed a hamis követőkkel, reakciókkal és nézetekkel kapcsolatos gyakorlatokra is.

Az első elem annak biztosítására irányul, hogy a fogyasztói értékelések **a valódi fogyasztók véleményét, megállapításait, meggyőződését vagy tapasztalatát tükrözzék**. Ezért tiltja azt a gyakorlatot, hogy a kereskedők hamis értékeléseket nyújtsanak be, vagy más személyeket, például tényleges fogyasztókat vegyenek rá arra, hogy hamis értékeléseket nyújtsanak be.

Ami a fogyasztói értékelések vagy közösségi médiában történő ajánlások valótlan bemutatását tiltó második elemet illeti, az (EU) 2019/2161 irányelv (49) preambulumbekzdése a következő példákat hozza a tiltott manipulatív gyakorlatokra:

- csak a pozitív értékeléseket teszik közzé, és törlik a negatívakat,
- a fogyasztói ajánlás összekapcsolása más tartalommal, mint amire eredetileg vonatkozik.

A manipulatív gyakorlatok további példái közé tartoznak az olyan helyzetek, amikor a kereskedő:

- előre kitöltött pozitív értékelési mintákat bocsát a fogyasztók rendelkezésére,
- a moderálási folyamat során kapcsolatba lép a fogyasztókkal, és az értékelések megváltoztatására vagy a negatív értékelések visszavonására ösztönzi őket,
- az összesített értékelési minősítéseket nyilvánosságra nem hozott és/vagy átláthatatlan kritériumok alapján mutatja be.

A fogyasztói értékelések valótlan bemutatásának tilalma nem érinti az olyan kereskedők jogait és kötelezettségeit, akik értékeléseket tesznek elérhetővé a hamis negatív értékelések háttérbe szorítása érdekében az annak biztosítására irányuló intézkedések részeként, hogy az értékelések olyan fogyasztóktól származzanak, akik ténylegesen használták vagy megvásárolták a terméket.

Bár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének új rendelkezései minden körülmények között tiltják a felhasználói értékelésekre vonatkozó kereskedelmi gyakorlatokat, meg kell jegyezni, hogy azok a kereskedők, akik értékeléseket tesznek közzé, de jogos indok nélkül **háttérbe szorítják a negatív fogyasztói értékeléseket**, azt a helyzetet is előidézhetik, hogy az online értékeléseket olvasó átlagfogyasztók továbbra is igénybe veszik a kereskedő szolgáltatásait, vagy platformok esetében úgy döntenek, hogy kapcsolatba lépnek egy kereskedővel, amely döntést nem hoztak volna meg, ha tudomásuk lett volna a negatív értékelések háttérbe szorításáról.

Továbbá azok a kereskedők, akik a fogyasztókkal és/vagy más olyan kereskedőkkel tartanak fenn kapcsolatot, akik értékeléseket bocsátanak rendelkezésre **a rájuk vonatkozó negatív értékelések közzétételének megakadályozása vagy a közzétételt követő eltávolításuk érdekében**, szintén arra készíthetik az átlagfogyasztót (aki még soha nem állt kapcsolatban ezzel a kereskedővel), hogy ezt a kereskedőt válassza, ne pedig olyan versenytársat, aki nem vett részt ilyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokban.

Példa:

Egy kereskedő a saját honlapján a fogászati termékeit illetően „tetszik” véleményeket tett közzé, azt állítva, hogy azok „garantáltan valós fogyasztói vélemények”, majd a „tetszik” véleményeket egy értékelő oldalra irányította, ahol a pozitív fogyasztói értékeléseket a semleges vagy negatív értékelések elé sorolták. Egy nemzeti bíróság megítélésének minősítette a kereskedő „garantáltan valós fogyasztói értékelések” kijelentését ⁽³⁵³⁾.

4.2.5. Közösségi média

A közösségimédia-platformok, például a Facebook, Twitter, Instagram és TikTok lehetővé teszik, hogy a felhasználók profilokat hozzanak létre, és kommunikáljanak egymással, ideértve az információk és tartalmak megosztását. A közösségimédia-platformokon egyre gyakoribbak az olyan kereskedelmi gyakorlatok, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és tágabb értelemben véve az uniós fogyasztóvédelmi jog alapján problémásak lehetnek, mint például az alábbiak:

- a közösségimédia-platform vagy harmadik fél kereskedők rejtett reklámjai, ideértve a véleményformálók megítélését marketingjét,
- tisztességtelen általános szerződési feltételek,
- a közösségimédia-szolgáltatások „ingyenesként” való bemutatása a fogyasztóknak, ha olyan hirdetési modellre támaszkodnak, amely a hozzáférésért cserébe nagy mennyiségű személyes adatot kezel,

⁽³⁵³⁾ OLG Düsseldorf, 2013.2.19., Az. I – 20 U 55/12.

- problematikus algoritmikus gyakorlatok, például manipulatív célzott hirdetések vagy olyan gyakorlatok, amelyek felkeltik a fogyasztó figyelmét és a szolgáltatás további használatára ösztönzik (lásd még a 4.2.7. szakaszt),
- a platformokon történő vásárlásokkal kapcsolatos tisztességtelen gyakorlatok, például virtuális cikkek,
- harmadik fél kereskedők által a közösségimédia-platformokon keresztül alkalmazott kereskedelmi gyakorlatok, ideértve a csalást, a hamis vagy megtévesztő felhasználói értékeléseket vagy ajánlásokat, a közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat, a levélszemetet és az előfizetési csapdákat.

Néhány közösségimédia-platform a hirdetések, termékmegjelenítések és fogyasztói értékelések színhelyévé vált. Ezért ezek fokozott kockázatot jelenthetnek a **rejtett reklámok** tekintetében, mivel a kereskedelmi elemek keverednek a felhasználó által létrehozott közösségi és kulturális tartalommal. Továbbá előfordulhat, hogy a fogyasztók nem mindig vannak tisztában azzal, hogy a kereskedők marketing célokra használják a közösségi médiát.

A közösségimédia-platformok különböző típusú reklámokat tartalmaznak, például **natív reklámokat**, amelyek a kereskedelmi tartalmak nem kereskedelmi tartalommal való keverését foglalják magukban, és gyakran a felhasználó által létrehozott tartalommal azonos formátumban és helyzetben jelennek meg (például a felhasználók személyes hírfolyamában). Ez mobiltelefonos környezetben szembetűnőbb, mivel a tartalom egy kisebb képernyő egészét is elfoglalhatja. A tartalmat gyakran a hirdetőik fejlesztik ki a hirdetési platformon elérhető közzétételi lehetőségek felhasználásával. A reklámok másik gyakori típusa a **véleményformálók** alkalmazása, amellyel a következő szakasz foglalkozik részletesebben.

A közösségimédia-platformokon közzétett kereskedelmi kommunikáció minden formáját egyértelműen kell közzétenni. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdése és az I. mellékletének 22. pontja értelmében a rejtett reklámokra vonatkozó tilalmakra mind a közösségimédia-platformokkal, mind a közösségimédia-platformokat használó harmadik felekkel szemben lehet hivatkozni. Hasonló közzétételi követelmény következik az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 6. cikkének a) pontjából, illetve az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv 9., 10. és 28b. cikkéből. A digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslat és a digitális piacokról szóló jogszabályra vonatkozó javaslat tovább erősítheti a közösségimédia-platformok kötelezettségeit az online reklámokkal kapcsolatban.

Továbbá a közösségi média számos felhasználója **gyermek és fiatal**. Következésképpen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (3) bekezdése releváns lehet a kiszolgáltatott fogyasztók védelmének jogalapjaként, és a közzétett kereskedelmi kommunikációnak érthetőnek kell lennie a valószínűsíthető célközönség számára, figyelembe véve az egyes esetek sajátos körülményeit és az adott közösségimédia-platform környezetét. Ezen túlmenően az I. melléklet 28. pontja tiltja a **közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat** a kereskedelmi kommunikációban. A célcsoportként a gyermekekre összpontosító célzott hirdetési gyakorlatok ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében nem tartalmazhatnak közvetlen felszólítást a reklámozott termékek megvásárlására. Ezen túlmenően az általános adatvédelmi rendelet konkrét szabályokat tartalmaz a gyermekek hozzájárulásának érvényességére és az információszolgáltatásra vonatkozóan abban az esetben, ha az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat közvetlenül gyermekeknek nyújtják. A célzott hirdetések az általános adatvédelmi rendelet 22. cikkében foglalt, az automatizált döntéshozatalra vonatkozó szabályok hatálya alá is tartozhatnak ⁽³⁵⁴⁾.

2016–2019 között a Bizottság és a nemzeti hatóságok kezdeményezésére a **Facebook**, a **Twitter** és a **Google+** kötelezettséget vállalt arra, hogy gyakorlataikat összhangba hozzák az uniós fogyasztóvédelmi joggal. Olyan gyakorlatokkal foglalkoztak, mint például a fogyasztók vonatkozásában az üzleti modelljük átláthatóságának hiánya és a szerződési feltételek különböző feltételei ⁽³⁵⁵⁾, amelyek magukban foglalták a platform szolgáltatásnyújtással és a kereskedelmi közlemények azonosításával kapcsolatos felelősségének korlátozását vagy teljes kizárását, a kötelező uniós fogyasztói jogokról való lemondást, valamint a fogyasztók uniós jogtól való megfosztását a joghatósággal és az alkalmazandó joggal kapcsolatban.

4.2.6. Véleményformáló marketing

A véleményformáló marketing magában foglalja meghatározott márkák vagy termékek véleményvezérek révén történő népszerűsítését, kihasználva azt a pozitív hatást, amelyet a véleményvezérek valószínűsíthetően a fogyasztói megítélésre gyakorolnak. A véleményvezér általában olyan **természetes személy vagy virtuális entitás** ⁽³⁵⁶⁾, aki az érintett platformon az átlagnál nagyobb közönséget ér el. Az online hirdetések legtöbb más formájához képest a véleményformáló marketing még kevesebb olyan jellemzővel rendelkezik, amely lehetővé teszi a fogyasztók számára a tartalom kereskedelmi jellegének azonosítását. Még ha a véleményvezér felelősségkizáró nyilatkozatokat használ is a kereskedelmi közlemények jelenlétének hangsúlyozására, az átlagfogyasztó, különösen a gyermekek és a fiatalok feltételezhetik, hogy a tartalom legalább részben személyes, nem kereskedelmi jellegű ajánlásként, nem pedig közvetlen és egyértelműen azonosítható reklámként jelenik meg.

⁽³⁵⁴⁾ Európai Adatvédelmi Testület, Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users (08/2020. sz. iránymutatás a közösségi média felhasználóinak megcélzásáról), 8. példa és 85–88. bekezdés: https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

⁽³⁵⁵⁾ Sajtóközlemény, 2019. április 9.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_19_2048; sajtóközlemény, 2018. február 15.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_18_761; sajtóközlemény, 2017. március 17.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_17_631

⁽³⁵⁶⁾ A kereskedő vagy a kereskedő nevében vagy javára eljáró személy felelőssége alá tartozó digitális karakter.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazásában a véleményvezér „kereskedőnek” vagy – alternatív megoldásként – „kereskedő nevében vagy javára eljáró” személynek minősülne. Azok a személyek, akik a közösségi média-fiókjukban gyakran végeznek reklámtevékenységet a fogyasztók felé, a követőtáboruk méretétől függetlenül valószínűleg „kereskedőnek” minősülnek. Az ennek meghatározás során figyelembe veendő tényezőkre a „kereskedő” fogalmáról szóló 2.2. szakasz hoz példát. A kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos egyértelműségekre vonatkozó kötelezettségek attól függetlenül alkalmazandók a kereskedőkre, hogy ők a termékek eladói-e ⁽³⁵⁷⁾.

A rejtett marketing más formáihoz hasonlóan a **6. és 7. cikk** értelmében vett megtévesztő gyakorlatnak minősülhet, ha nem tüntetik fel egyértelműen a kereskedelmi elemet a véleményvezér tartalmában vagy gyakorlatában. A véleményvezér ajánlásai különböző gyakorlatokra terjednek ki, ideértve a fizetett posztokat, kapcsolt tartalmakat (például a véleményformáló jutalék ellenében árendaménycódot vagy linket oszt meg), retweeteket vagy a kereskedő/márka megjelölését. A **7. cikk (2) bekezdése** szerint minden kereskedelmi kommunikációt egyértelműen azonosítani kell, kivéve, ha már a kontextusból kiderül, hogy arról van szó. Ezenkívül a véleményformáló marketing valamennyi eseteire vonatkozó 6. és 7. cikk alkalmazása mellett az I. melléklet **11. pontja** tiltja azokat a gyakorlatokat, amelyek nem teszik egyértelművé, hogy a kereskedő fizetett a termék promóciójáért a szerkesztői tartalomban. A „szerkesztői tartalom” fogalmát tágan kell értelmezni, és bizonyos esetekben magában foglalja a **véleményvezér által létrehozott vagy az általa a közösségi-média-platformokon közzétett tartalmakat is**. A Peek & Cloppenburg ügyben hozott ítéletében a Bíróság megerősítette, hogy a 11. pontot oly módon kell értelmezni, hogy tükrözze az újságírói és hirdetési gyakorlat valóságát ⁽³⁵⁸⁾. Az ügy a „fizetett” fogalmának értelmezésére vonatkozott, amelyet az alábbiakban részletesebben kifejtünk. A hatékony tilalom biztosításának összefüggésében a Bíróság kiemelte „az internetes közösségi oldalakon, fórumokon vagy blogokon olyan hozzászólások formájában megjelenő megtévesztő „bújtatott” internetes reklámok relevanciáját, amelyek látszólag maguktól a felhasználóktól származnak, valójában azonban gazdasági szereplők által közvetlenül vagy közvetve megjelentetett vagy finanszírozott reklámok vagy kereskedelmi jellegű üzenetek, továbbá hangsúlyozza az ilyen gyakorlatok fogyasztói bizalomra [...] gyakorolt káros hatását” ⁽³⁵⁹⁾. Végezetül, az érintett véleményvezér általi megfelelő tájékoztatás hiánya növeli az I. melléklet **22. pontja** – amely szerint tilos a hamis módon fogyasztóként való fellépés – megsértésének kockázatát is.

A kereskedelmi elem közzétételének egyértelműnek és megfelelőnek kell lennie, figyelembe véve azt a médiumot, ahol a marketingre sor kerül, beleértve a **kontextust, a megjelenítést, az időzítést, az időtartamot, a nyelvet, a célközönséget és egyéb szempontokat**. A közzétételnek kellően fontosnak kell lennie ahhoz, hogy megfelelően tájékoztassa a tartalmat átvéő átlag- vagy kiszolgáltatott fogyasztót. Például a közzététel nem tekinthető megfelelőnek, ha a kereskedelmi kommunikációra vonatkozó információ nem jelenik meg szembetűnően (például hashtagek a hosszú felelősségki-záró nyilatkozat végén; a kereskedő pusztá megjelölése) vagy további lépések megtételére kötelezi a fogyasztót (például kattintson a „Tovább olvasom” gombra) ⁽³⁶⁰⁾.

Szükség van arra is, hogy a fogyasztókhoz eljutó minden kereskedelmi kommunikációt **egyedileg címkézzenek**, még akkor is, ha a véleményvezér szélesebb körű ajánlási megállapodást köt egy kereskedővel/márkával.

A kereskedelmi elem akkor tekintendő jelen lévőnek, ha a véleményvezér **az ajánlásért bármilyen ellentételezést** kap, többek között kifizetés, árendaményc, partnerségi megállapodások, kapcsolt linkekből származó százalékos bevétel, ingyenes termékek (ideértve a kéretlen ajándékokat), utak vagy rendezvényekre szóló meghívók stb. esetében. A szerződés megléte és a pénzbeli fizetés nem feltétele e szabályok alkalmazásának. A Peek & Cloppenburg ügyben a Bíróság megerősítette, hogy a kereskedő nem pénzbeli fizetés esetén is „fizetett” a szerkesztői tartalomért. A Bíróság úgy ítélte meg, hogy „vagyonni értékkel bíró ellenszolgáltatásnak” kell történnie, és egyértelmű kapcsolatnak kell fennállnia az e kereskedő által teljesített kifizetés és e tartalom között. A konkrét fizetési módnak azonban nincs jelentősége a fogyasztóvédelem szempontjából. Megállapítást nyert például, hogy ellenszolgáltatásról van szó, ha a kereskedő díjmentesen hozzáférhetővé tesz olyan, szerzői jogi védelem alatt álló képeket, amelyeken láthatóak az üzlethelyiségek és az általa eladásra kínált termékek. A Bíróság azt is megállapította, hogy sem a minimálisan kifizetett összegre, sem e kifizetésnek az adott reklámkampány teljes költségéhez viszonyított arányára vonatkozóan nincsenek előírások ⁽³⁶¹⁾.

Az ügy körülményeitől függően a **jogsértés betudható mind a véleményvezérnek, mind annak a kereskedőnek/márkának**, amely megkereste a véleményvezért, és hasznot húz az ajánlásból. E szabályok alkalmazásához nem szükséges, hogy a kereskedő **szerkesztői ellenőrzést** gyakoroljon, bár a felelősség megállapításában szerepet játszhat. A kereskedő/márka felelős a fent említett rendelkezések és különösen az **5. cikk** szerinti szakmai gondosság követelményének megsértéséért. Az ügy körülményeinek értékelésétől függően nem valószínű, hogy ilyen felelősség áll fenn abban az esetben, ha a véleményvezérnek nincs semmilyen kapcsolata a kereskedővel/márkával (azaz megtévesztő módon azt állítja, hogy a kereskedő nevében jár el). A véleményvezér felelős lenne a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti saját kötelezettségeiért, feltéve, hogy a korábban kifejtettek szerint „kereskedőnek” minősül.

⁽³⁵⁷⁾ A Bíróság 2017. március 30-i ítélete, Verband Sozialer Wettbewerb, C-146/16, 31. pont.

⁽³⁵⁸⁾ A Bíróság 2021. szeptember 2-i ítélete, Peek & Cloppenburg, C-371/20, 41–42. pont.

⁽³⁵⁹⁾ Ugyanott, 43. pont.

⁽³⁶⁰⁾ A nemzeti hirdetési önszabályozó testületek például további önszabályozási iránymutatást nyújtottak a véleményformáló marketinggel kapcsolatos közzétételeket érintő konkrét megfontolások és példák vonatkozásában.

⁽³⁶¹⁾ A Bíróság 2021. szeptember 2-i ítélete, Peek & Cloppenburg, C-371/20, 41., 46. és 47. pont.

Példa:

Egy kereskedő megosztotta az olyan véleményvezérek közösségimédia-bejegyzéseit, akik ellenszolgáltatás fejében népszerűsítették a termékeit, de nem jelölte meg megfelelően, hogy a bejegyzés kereskedelmi kommunikáció. Egy nemzeti bíróság megállapította, hogy a kereskedő nem tett meg a fogyasztóvédelmi jog tiszteletben tartásának biztosításához szükséges olyan intézkedéseket, mint például az átláthatóság biztosítása, a véleményvezérek felvilágosítása és a jogsértések megszüntetéséhez szükséges ellenőrzési mechanizmusok megléte ⁽³⁶²⁾.

Ha a véleményvezér a **saját termékeit vagy vállalkozását** ajánlja, ugyanezek a szabályok alkalmazandók. Ilyen esetekben a kommunikáció kereskedelmi szándékát mindig fel kell tüntetni, különösen az I. melléklet **22. pontjára** való tekintettel, amely tiltja annak valótlán állítását vagy olyan hamis benyomás keltését, hogy a kereskedő nem a saját kereskedésével kapcsolatos célból jár el, vagy a hamis módon fogyasztóként való fellépését. Megfelelő tájékoztatásra van szükség abban az esetben is, ha a véleményvezérek olyan márkákat vagy termékeket ajánlanak, amelyek látható módon kapcsolódnak hozzájuk, például nevük vagy arcuk feltüntetésével.

Példa:

Az Instagramon egy véleményvezér egy olyan vállalat termékeit népszerűsítette, amelyben ő volt a vezérigazgató, a fő részvényes és az igazgatótanács egyedüli tagja. Megállapítást nyert, hogy a releváns Instagram-bejegyzések megtévesztőek voltak, mivel a kereskedelmi szándék nem volt egyértelmű az átlagfogyasztó számára. Egy bejegyzés, amely halolajat népszerűsített, közvetett állításokat fogalmazott meg az immunfunkció megerősödéséről és ezáltal a Covid19-cel szembeni védelemről. Az ilyen állításokra vonatkozó bizonyítékok hiányában ez a bejegyzés megtévesztőnek és agresszívnek is minősült ⁽³⁶³⁾.

Továbbá, mivel a véleményvezér és a közönsége közötti kapcsolat gyakran a bizalmon és a személyes kapcsolaton alapul, a magatartásuk bizonyos esetekben agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősülhet a **8–9. cikk** értelmében tiltott jogtalan befolyásolás alkalmazása miatt. Ez különösen akkor releváns, ha a véleményvezér fő célközönségében kiszolgáltattott fogyasztók, például gyermekek és fiatalok is vannak. Ezen túlmenően az I. melléklet **28. pontja** minden esetben tiltja a közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat.

A véleményvezérek és márkák kötelezettségein túlmenően a promóciós tevékenységekhez használt **online platformra** a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti szakmai gondosságra vonatkozó saját kötelezettségei is vonatkoznak, amint az az előző szakaszokban is szerepel. Ez magában foglalja azt a kötelezettséget, hogy megfelelő intézkedéseket kell hozni annak érdekében, hogy a harmadik fél kereskedők eleget tehessenek az uniós jog szerinti kötelezettségeiknek, például **konkrét és megfelelő közzétételi eszközöket biztosítsanak a platform felületén** ⁽³⁶⁴⁾.

4.2.7. Adatközpontú gyakorlatok és sötét minták

A digitális környezetet egyre inkább a **fogyasztókra vonatkozó hatalmas mennyiségű adat generálása, összegyűjtése és ellenőrzése** jellemzi, ami algoritmusok és mesterséges intelligencia használatával kombinálható annak érdekében, hogy ezeket az adatokat kereskedelmi célokra felhasználható információvá alakítsák. Ezek az adatok többek között értékes betekintést adhatnak a szociodemográfiai jellemzőkbe (például életkor, nem vagy pénzügyi helyzet), valamint a személyes vagy pszichológiai jellemzőkbe (például érdeklődési kör, preferenciák, pszichológiai profil és hangulat). Ez lehetővé teszi a kereskedők számára, hogy többet tudjanak meg a fogyasztókról, többek között a gyenge pontjaikról.

Az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kapcsolatokban alkalmazott adatközpontú személyre szabási gyakorlatok magukban foglalják a reklámok személyre szabását, az ajánlórendszereket, az árképzést, az ajánlatok rangsorolását a keresési eredményekben stb. **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben foglalt elvi alapú rendelkezések és tilalmak** az uniós jogi keret egyéb jogi aktusai, például az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv, az általános adatvédelmi rendelet vagy az online platformokra alkalmazandó ágazatspecifikus jogszabályok mellett **felhasználhatók az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen adatközpontú kereskedelmi gyakorlatainak kezelésére is**. Az adatvédelmi hatóságoknak az adatvédelmi szabályoknak való kereskedői megfelelésére vagy meg nem felelésére vonatkozó meglévő határozatait figyelembe kell venni a gyakorlat általános tisztességes jellegének a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv keretében végzett értékelésekor.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a reklámozási, értékesítési és szerződésteljesítési szakaszra terjed ki, beleértve a személyes adatok kezeléséhez való hozzájárulást, a személyes adatoknak a személyre szabott tartalom szolgáltatása céljából történő felhasználását, valamint a szerződéses jogviszony megszüntetését. Ezen túlmenően az irányelv széles alkalmazási körrel rendelkezik: kiterjed az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti valamennyi kereskedelmi gyakorlatra, és nem követeli meg szerződéses kapcsolat meglétét vagy termék megvásárlását. Az irányelv például

⁽³⁶²⁾ Norvég Piacfelügyelet, MR-2021-349: Sports Nutrition AS.

⁽³⁶³⁾ Stockholms Tingsrätt Patent- och marknadsdomstolen, Mål nr PMT 5929-20, 2020. december 10.

⁽³⁶⁴⁾ Lásd még a 2010/13/EU irányelv (az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) 28b. cikke (3) bekezdésének c) pontjában szereplő, a videómegosztó platformokra vonatkozó kötelezettséget.

olyan kereskedelmi gyakorlatokra is kiterjedne, mint a fogyasztó figyelmének felkeltése, ami olyan üzleti döntéseket eredményez, mint a **szolgáltatás további használata** (például görgetés a hírfolyamban), a **reklámtartalom megtekintése** vagy **linkre kattintás**.

A fogyasztók meggyőzése a kereskedő tartalmával való interakcióra a kereskedelmi gyakorlatok és különösen a hirdetések alapvető részét képezi mind az online, mind az offline világban. A digitális környezet azonban lehetővé teszi a kereskedők számára, hogy a fogyasztók adatai alapján hatékonyabban alkalmazzák gyakorlataikat, nagy méretezhetőség mellett, sőt, valós időben dinamikusan. A kereskedők **személyre szabott meggyőzési gyakorlatokat** tudnak kidolgozni, mivel kihasználják a fogyasztói magatartásra és preferenciákra vonatkozó összesített adatokon alapuló magasabb szintű ismereteket, például a különböző forrásokból származó adatok összekapcsolásával. A kereskedőknek lehetőségük lehet arra is, hogy gyakorlataik hatékonyságának javítása érdekében kiigazításokat hajtsanak végre, mivel folyamatosan tesztelik a gyakorlatuk fogyasztókra gyakorolt hatásait, és ezáltal többet tudnak meg a magatartásukról (pl. A/B teszteléssel). Ezenkívül az ilyen gyakorlatokat gyakran a fogyasztó teljes körű ismerete nélkül is lehet alkalmazni. E tényezők megléte és átláthatatlansága különbözteti meg a rendkívül meggyőző reklám- vagy értékesítési technikákat azokról a kereskedelmi gyakorlatokról, amelyek **manipulatívak**, és így a fogyasztóvédelmi jog alapján tisztességtelenek **lehetnek**. Emellett sérthetik az általános adatvédelmi rendelet vagy az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv szerinti átláthatósági kötelezettségeket.

Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott bármely olyan gyakorlata, amely jelentősen torzítja vagy torzíthatja az átlag- vagy kiszolgáltatott fogyasztó gazdasági magatartását, az eset konkrét körülményeitől függően sértheti a kereskedő **szakmai gondosságára** vonatkozó követelményeket (5. cikk), illetve **megtévesztő gyakorlatnak** (6–7. cikk) vagy **agresszív gyakorlatnak** (8–9. cikk) minősülhet.

Ennek az értékelésnek az alkalmazásában az **átlag- vagy kiszolgáltatott fogyasztó referenciaértéke** a célcsoporthoz igazítható, és ha a gyakorlat erősen személyre szabott, akkor akár **egyetlen olyan személy szemszögéből** is megfogalmazható, akire a konkrét személyre szabás vonatkozik.

Ezek a gyakorlatok jelentősebb hatást gyakorolhatnak a **kiszolgáltatott fogyasztókra** is. A 2.6. szakaszban kifejtettek szerint az 5. cikk (3) bekezdésében a kiszolgáltatottságot meghatározó jellemzők tájékoztató jellegűek és nem kimerítőek. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben a kiszolgáltatottság fogalma **dinamikus és helyzetfüggő**, ami azt jelenti, hogy elképzelhető, hogy a fogyasztó az egyik helyzetben kiszolgáltatott, a többi helyzetben viszont nem. Előfordulhat például, hogy egyes fogyasztók a digitális környezetben különösen fogékonyak a személyre szabott meggyőzési gyakorlatokra, a hagyományos üzletekben és más offline környezetben azonban kevésbé.

Az **egyes fogyasztók vagy fogyasztói csoportok kiszolgáltatottságára** vonatkozó információk kereskedelmi célú felhasználása valószínűleg hatással van a fogyasztók üzleti döntésére. Az eset körülményeitől függően az ilyen gyakorlatok olyan manipulációnak minősülhetnek, amelynek során a kereskedő „**nem megengedett befolyást**” gyakorol a fogyasztóra, ami a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **8. és 9. cikke értelmében tiltott agresszív kereskedelmi gyakorlatot eredményez**. A nem megengedett befolyásolás fennállásának értékelése során a 9. cikk c) pontja szerint figyelembe kell venni a kereskedő által ismert bármely konkrét, a fogyasztó megítélését befolyásoló súlyos eset vagy körülmény kihasználását.

Továbbá, ha a gyakorlat **gyermekekre irányul**, akkor az I. melléklet **28. pontja** különösen releváns, mivel tiltja a **közvetlenül gyermekeknek szóló felhívásokat**. A gyermekek megcélzásának lehetséges káros hatásai az általános adatvédelmi rendelet szerint is különleges védelmet tesznek indokolttá ⁽³⁶⁵⁾.

Példa:

- A kereskedő meg tudja állapítani, hogy a tinédzser a magánéletében bekövetkezett események miatt kiszolgáltatott hangulatban van. Ezt az információt ezt követően arra használja, hogy a tinédzsert adott időpontban érzelmi alapú hirdetésekkel szólítsa meg.
- A kereskedő tisztában van a fogyasztó pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos előzményeivel, valamint azzal, hogy azokat a hitelintézet a fizetési képesség hiánya miatt letiltotta. A fogyasztót ezt követően egy hitelintézet konkrét ajánlatai veszik célba azzal a céllal, hogy kihasználják pénzügyi helyzetét.
- A kereskedő ismeri a fogyasztó vásárlási előzményeit a szerencsejátékok és a videojátékok véletlenszerű tartalma tekintetében. A fogyasztót ezt követően hasonló elemeket tartalmazó, személyre szabott kereskedelmi közlemények célozzák meg azzal a céllal, hogy kihasználják az ilyen termékek választásának nagyobb valószínűségét.

⁽³⁶⁵⁾ Lásd az alábbi dokumentumot: Európai Adatvédelmi Testület, Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users (08/2020. sz. iránymutatás a közösségi média felhasználóinak megcélzásáról): https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf Lásd még a 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport iránymutatását az automatizált döntéshozatallal és a profilalkotással kapcsolatban az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásához, V. fejezet (A gyermekek és a profilalkotás): <https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/612053>

A manipulatív gyakorlatok kategóriáján belül a „sötét minta” kifejezés a rosszindulatú befolyásolás egy típusára utal, amelyet általában a digitális tervezési interfészekbe építenek be. A sötét minták lehetnek adatközpontúak és személyre szabottak, vagy általánosabb alapon hajthatók végre, kiaknázva a heurisztikus és viselkedésbeli elfogultságokat, például az alapértelmezett hatásokat vagy a hiánytorzítást („scarcity bias”) ⁽³⁶⁶⁾.

Az irányelv nem határozza meg a „sötét minta” jogi fogalmát. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv minden olyan „tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra” alkalmazandó, amely megfelel az irányelv tárgyi hatályára vonatkozó követelményeknek, tekintet nélkül azok minősítésére. Ha az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti kereskedelmi kapcsolatok összefüggésében sötét minták alkalmazására kerül sor, az irányelv – az uniós jogi keret egyéb jogi aktusai, például az általános adatvédelmi rendelet mellett – felhasználható az ilyen gyakorlatok tisztességes jellegének megkérdőjelezésére.

A fentieknek megfelelően bármely olyan manipulatív gyakorlat, amely jelentősen torzíja vagy torzíthatja az átlag- vagy kiszolgáltatott fogyasztó gazdasági magatartását, az adott sötét mintától függően sértheti a kereskedő **szakmai gondosságára** vonatkozó követelményeket (5. cikk), illetve **meztévesztő gyakorlatnak** (6–7. cikk) vagy **agresszív gyakorlatnak** (8–9. cikk) minősülhet. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **nem követeli meg** a sötét minta alkalmazására vonatkozó **szándékot**. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkében foglalt, az elektronikus felületek kialakítására vonatkozó szakmai gondossági előírás magában foglalhatja az etikai tervezésre vonatkozó nemzetközi szabványokból és magatartási kódexekből származó elveket. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkében foglalt szakmai gondosság követelményeinek általános elveként a kereskedőknek megfelelő intézkedéseket kell hozniuk annak biztosítására, hogy **elektronikus felületük kialakítása** ne torzítsa a fogyasztók ügyleti döntéseit.

A manipulatív gyakorlatok közé tartozhat a fontos információk **vizuális eltakarása** vagy a sorrend egy adott lehetőség előmozdítása érdekében való meghatározása (például egy gomb határozottan látható, egy másik viszont rejtett; az egyik út nagyon hosszú, egy másik rövidebb), valamint a fogyasztó meztévesztése érdekében **a becsapós kérdések és kétértelmű nyelvezet** (például kettős tagadás) használata. Az ilyen gyakorlatok valószínűsíthetően a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke szerinti meztévesztő tevékenységnek vagy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke szerinti meztévesztő mulasztásnak minősülnek azáltal, hogy az információt érthetlenné vagy kétértelművé teszik. Ezen túlmenően az érzelmek alkalmazása, amelyek eltántorítják a felhasználókat egy bizonyos választástól (például „megerősítik” a fogyasztót abban, hogy bűnösnek érezze magát) a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8. cikke szerinti agresszív gyakorlatnak minősülhet, mivel nem megengedett befolyással él, hogy torzítsa a fogyasztó döntéshozatalát.

Példa:

Egy online piacon történő rendelési folyamat során a fogyasztót több alkalommal arra kérik, hogy válasszon az „igen” vagy „nem” lehetőség közül: „Szeretne tájékoztatást kapni hasonló ajánlatokról? Szeretne feliratkozni a hírlevélre? Felhasználhatjuk az Ön adatait arra, hogy személyre szabjuk ajánlatunkat?” A kérdések feléhez érkezve az „igen” és a „nem” gomb sorrendjét szándékosan megváltoztatják. A fogyasztó többször is rákattintott a „nem” gombra, de most az „igen” gombra kattint, és ezzel véletlenül feliratkozik egy hírlevélre.

Az elektronikus felület alapértelmezett beállításai jelentős hatást gyakorolnak az átlagfogyasztó ügyleti döntésére. A kereskedők nemcsak befolyást tudtak gyakorolni a fogyasztókra, hogy azok megtegyenek bizonyos lépéseket, hanem konkrét lépéseket is tettek helyettük, például **előre bejelölt négyzetek** használatával, ideértve a fogyasztók jogairól szóló irányelv 22. cikke értelmében tiltott kiegészítő szolgáltatások díját is. Az ilyen gyakorlatok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet, valamint az adatvédelmi és a magánélet védelmére vonatkozó szabályokat is sérthetik ⁽³⁶⁷⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete már minden körülmények között kifejezetten tilt olyan gyakorlatokat, amelyeket gyakran „sötét mintának” neveznek:

- az ún. „**bait and switch**” gyakorlatok, amelyek magukban foglalják a termékek meghatározott áron történő kínálatát annak elhallgatásával, hogy megalapozott okokból kifolyólag nem tudják rendelkezésre bocsátani vagy felkínálni a terméket, majd nem veszik fel a megrendeléseket vagy elutasítják az észszerű időn belül történő szállítást azzal a szándékkal, hogy egy másik terméket népszerűsítsenek helyette (I. melléklet 5. és 6. pont),
- a sürgősség érzetének keltése azzal a hamis állítással, hogy a termék csak **nagyon korlátozott ideig kapható**, vagy csak **különleges feltételek mellett** nagyon korlátozott ideig lesz kapható (az I. melléklet 7. pontja). Idetartoznak például a honlapokon szereplő **hamis visszaszámlálók és a korlátozott készletre vonatkozó állítások**,
- **téves információ szolgáltatása a piaci feltételekről, illetve a termék fellelhetőségének lehetőségeiről**, azzal a szándékkal, hogy a fogyasztót a termék kevésbé kedvező feltételek melletti megvásárlására bírják rá (I. melléklet 18. pont);

⁽³⁶⁶⁾ Az „alapértelmezett hatás” arra utal, hogy az emberek a tehetetlenség miatt hajlamosak ragaszkodni az alapértelmezés szerinti opciókhoz. A hiánytorzítás („scarcity bias”) arra utal, hogy az egyének hajlamosak nagyobb értéket tulajdonítani azoknak a dolgoknak, amelyekből hiány mutatkozik.

⁽³⁶⁷⁾ Például az általános adatvédelmi rendelet értelmében a személyes adatok kezeléséhez való állítólagos hozzájárulás vonatkozásában nem megengedett az előre bejelölt négyzetek használata. Hasonlóképpen, az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv előírja, hogy a végfelhasználóknak hozzá kell járulniuk a süti és egyéb azonosítók elhelyezéséhez a végberendezéseiken, kivéve nagyon különleges körülmények esetén. Ezen túlmenően, a hozzájárulást követően azt ugyanolyan könnyen vissza kell tudni vonni, mint ahogy megadták.

- annak állítása, hogy a fogyasztó **nyert**, anélkül, hogy a meghirdetett, vagy azoknak megfelelő díjak (nyeremények) valóban kiosztásra kerülőnének (I. melléklet 19. és 31. pont), vagy valótlannul „**ingyenesnek**” neveznek egy terméket (I. melléklet, 20. pont),
- a szokásos interakciók során az ismétlődő, zavaró felhívások annak érdekében történő megjelenítése, hogy a fogyasztó valamit megtegyen vagy elfogadjon („**nyaggasztás**”) tartós és nem kívánt megkeresésnek minősülhet (I. melléklet 26. pont) ⁽³⁶⁸⁾.

Ezenkívül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikkét sértő különböző megtévesztő gyakorlatokat is „sötét mintának” nevezik, például a **megtévesztő ingyenes próbákat és az előfizetési csapdákat**, amelyekkel a 2.9.6. szakasz foglalkozik részletesebben. Az elektronikus felületeik tervezésekor a kereskedőknek azt az elvet kell követniük, hogy **a szolgáltatásról való leiratkozásnak ugyanolyan egyszerűnek kell lennie, mint a szolgáltatásra való feliratkozásnak**, például a korábban a szolgáltatásra való feliratkozáshoz használt módszerek vagy eltérő módszerek alkalmazásával, feltéve, hogy a fogyasztóknak egyértelmű és szabad, a tőlük elvárt döntésekhez mért arányos és egyedi választási lehetőségük van.

Példa:

Egy digitális szolgáltatásról való leiratkozáshoz a fogyasztónak számos nem intuitív lépést kell tennie a leiratkozási link eléréséhez. Ezek a lépések magukban foglalják a „confirmshaming” nevű gyakorlatot, azaz a fogyasztót észszerű indokolás nélkül érzelmi üzenetekkel többször is arra ösztönzik, hogy mérlegelje döntését („Sajnáljuk, hogy elmegy”, „Az alábbi szolgáltatásokról mond le ezáltal:”), valamint a „vizuális beavatkozást”, például olyan jól látható képek használatát, amelyek arra ösztönzik a felhasználót, hogy lemondás helyett tartsa fenn az előfizetést ⁽³⁶⁹⁾. Az ilyen gyakorlatok sérthetik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkét és 9. cikkének d) pontját.

4.2.8. Árképzési gyakorlatok

A **„csepegtető áraknál”** a kereskedők a vásárlási folyamat során számítanak fel költségeket, például azzal, hogy először az elkerülhetetlen árat tüntetik fel, amelynek kezdettől fogva az ár részét kellene képeznie, vagy más módon önkényesen növelik a végső árat. Ennek eredményeként a fogyasztók olyan ügyleti döntéseket hoznak, amelyeket nem hoztak volna meg, ha az első „vásárlásra való felhívásban” szerepelt volna a teljes ár. Az ilyen gyakorlat ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet megsértve megtévesztő tevékenységnek vagy mulasztásnak minősülhet.

A **dinamikus árazás** (vagy valós idejű árazás) egy termék árának rendkívül rugalmas és gyors módosítását jelenti a piaci keresletnek megfelelően.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében a kereskedők szabadon határozhatják meg a termékeikért felszámolt árakat mindaddig, amíg megfelelően tájékoztatják a fogyasztókat a teljes költségről és azok kiszámításának módjáról, ha a termék jellegéből adódóan az árat nem lehet észszerűen előre kiszámítani (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontja és 7. cikke (4) bekezdésének c) pontja). Bizonyos körülmények között azonban a dinamikus árazási gyakorlatok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv fogalommeghatározása szerint „tisztességtelennek” minősülhetnek.

Példa:

Egy olyan dinamikus árképzési gyakorlat, amikor a kereskedő a rendelési folyamat során megemeli egy termék árát, különösen azt követően, hogy a fogyasztó azt betette virtuális bevásárlókosarába vagy továbblép a fizetés felé, úgy, hogy nem áll észszerű idő a fogyasztó rendelkezésére az ügylet befejezéséhez, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8. és 9. cikke értelmében ellentmondhat a szakmai gondosságnak vagy agresszív gyakorlatnak minősülhet.

Árdiszkriminációról akkor beszélünk, amikor a kereskedő a különböző fogyasztókra vagy a fogyasztók különböző csoportjára azonos termékek vagy szolgáltatások esetében különböző árakat alkalmaz. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv önmagában nem tiltja a kereskedőknek az árdiszkriminációt, ha megfelelően tájékoztatják a fogyasztókat a teljes árról vagy annak kiszámítási módjáról. Más szabályok azonban tilthatják az árdiszkriminációt.

A szolgáltatási irányelv általános tiltást tartalmaz az állampolgárság és lakóhely szerinti árdiszkriminációra vonatkozóan ⁽³⁷⁰⁾. A szolgáltatási irányelv 20. cikke szerint „a szolgáltatás igénybevételének a szolgáltató által nyilvánosságra hozott

⁽³⁶⁸⁾ Lásd még a folyamatban lévő C-102/20. sz. StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz ügyet, amely valószínűleg tisztázni fogja e tilalomnak az elektronikus postafiókban megjelenő reklámokra való alkalmazását.

⁽³⁶⁹⁾ Forbrukerrådet, You can log out, but you can never leave, 2021. január 14.

⁽³⁷⁰⁾ 2006/123/EK irányelv.

általános feltételei” nem „tartalmaznak a szolgáltatás igénybe vevőjének állampolgársága vagy lakóhelye szerinti megkülönböztetett rendelkezéseket”. Azonban a 20. cikk nem zárja ki „eleve az igénybevételi feltételek különbözőségének lehetőségét, amennyiben azt objektív kritériumok közvetlenül indokolják”.

Ezen kívül számos ágazati uniós jogszabály kifejezetten tiltja a végső felhasználó állampolgárságától vagy lakóhelyétől, illetve a fuvarozó vagy a menetjegy-értékesítők Unión belüli telephelyétől függő közvetlen vagy közvetett árdiszkriminációt. Ez vonatkozik a légi fuvarozásra ⁽³⁷¹⁾, a tengeri szállításra ⁽³⁷²⁾, a vasúti szállításra ⁽³⁷³⁾, valamint az autóbusszos szállításra ⁽³⁷⁴⁾.

Az árdiszkrimináció a fogyasztó magatartásának online nyomon követésén és profilalkotásán alapuló, **személyre szabott árazás** formáját öltheti ⁽³⁷⁵⁾.

Példa:

Egy „magasabb vásárlóerővel” rendelkező kategóriába sorolt fogyasztó felismerhető a számítógép IP-címéről vagy egyéb módokon, amikor az otthoni számítógépéről keresi fel a kereskedő honlapját. Az ennek a fogyasztónak kínált árak például átlagosan 10 %-kal lehetnek magasabbak az új vagy „alacsonyabb vásárló erővel” rendelkező kategóriába sorolt fogyasztóknak kínált áraknál.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem akadályozza meg a kereskedőket abban, hogy online nyomon követés és profilalkotás alapján személyre szabják az árakat. A fogyasztók jogairól szóló irányelv **6. cikke (1) bekezdésének ea) pontja**, amely az (EU) 2019/2161 irányelv révén került be az irányelvbe, **előírja a kereskedők számára, hogy tájékoztassák a fogyasztókat arról, hogy az árat a távollevők között és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében automatizált döntéshozatal alapján személyre szabták**. Ezenkívül a személyre szabott árazás és ajánlatok kombinálhatók különböző tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal, például akkor, ha az adatközpontú személyre szabás keretében a kereskedők a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8. és 9. cikke szerinti „nem megengedett befolyást” gyakorolnak a fogyasztóra.

Azoknak a kereskedőknek, akik a fogyasztók személyes adatainak felhasználásával személyre szabják az árakat, **az általános adatvédelmi rendeletnek és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvnek is meg kell felelniük**. Ez magában foglalja azt a követelményt, hogy automatikus hívóberendezések, faxkészülékek (fax) vagy közvetlen üzletszerzés céljából elektronikus levelek használatára csak akkor kerülhet sor, ha az előfizető vagy felhasználó ehhez előzetesen hozzájárult (az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 13. cikke), valamint azt a követelményt, hogy az adatkezelőnek be kell szüntetnie a közvetlen üzletszerzést, ha az érintett személy tiltakozik személyes adatainak e célból történő kezelése ellen, amint azt az általános adatvédelmi rendelet 21. cikke előírja. Ezen túlmenően az általános adatvédelmi rendelet 12–14. cikke tájékoztatási kötelezettségeket tartalmaz a személyes adatok kezelésére vonatkozóan, ideértve az automatizált döntéshozatal meglétére vonatkozó érdemi tájékoztatáshoz való jogot, az általános adatvédelmi rendelet 22. cikke pedig biztosítja azt a jogot, hogy az érintettre ne terjedjen ki az olyan, kizárólag automatizált adatkezelésen – ideértve a profilalkotást – alapuló döntés hatálya, amely rá nézve joghatással járna vagy őt jelentős mértékben érintené.

4.2.9. Szerencsejáték

A videójátékok, a mobiltelefonos játékok és az online játékok számos olyan kereskedelmi gyakorlatot foglalnak magukban, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében aggályokat vethetnek fel azok tisztességes jellegét illetően, különösen a kiszolgáltatott fogyasztók, például a gyermekek és a tizenévesek esetében, akik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (3) bekezdése értelmében különleges védelmet érdemelnek (lásd a kiszolgáltatott fogyasztókról szóló 2.6. szakaszt).

A játékok **játékokon belüli promóciókat és reklámokat** tartalmazhatnak, amelyek növelik a rejtett marketing kockázatát, és **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke értelmében megtévesztő gyakorlatnak minősülhetnek**, kivéve, ha a kereskedelmi elem kellően egyértelmű és megkülönböztethető a játéktól. Ez a játékokon belüli vásárlásokra és a játékon kívül elérhető termékekre is vonatkozik. A közzétételnek figyelembe kell vennie azt a médiumot, ahol a marketingre sor kerül, beleértve a kontextust, a megjelenítést, az időzítést, az időtartamot, a nyelvet és a célközönséget.

⁽³⁷¹⁾ Vö. a Közösségben a légi járatok működtetésére vonatkozó közös szabályokról szóló 1008/2008/EK rendelet 23. cikkének (2) bekezdésével.

⁽³⁷²⁾ Vö. a tengeri és belvízi közlekedést igénybe vevő utasok jogairól szóló 1177/2010/EU rendelet 4. cikkének (2) bekezdésével.

⁽³⁷³⁾ Vö. a vasúti személyszállítást igénybe vevő utasok jogairól és kötelezettségeiről szóló (EU) 2021/782 rendelet (átdolgozás) 5. cikkével.

⁽³⁷⁴⁾ Vö. az autóbusszal közlekedő utasok jogairól szóló 181/2011/EU rendelet 4. cikkének (2) bekezdésével.

⁽³⁷⁵⁾ A kereskedők gyakorlatai ezen a területen még mindig fejlődnek. Egy 2018. évi bizottsági tanulmány nem talált bizonyítékot a következetes és szisztematikus személyre szabott árazásra az érintett tagállamokban és piacokon. A személyre szabással járó és a személyre szabás nélküli forgatókönyvek között azonos termékek esetében csak 6 %-ban figyeltek meg árkülönbségeket. Ahol megfigyelhető volt, az árkülönbségek alacsonyak voltak, és a medián különbség nem érte el az 1,6 %-ot. European Commission, Consumer market study on online market segmentation through personalised pricing/offers in the European Union (Fogyasztói piaci tanulmány az online piac szegmentációjáról személyre szabott árazás/ajánlatok révén az Európai Unióban) (EAHC/2013/CP/04), https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-market-study-online-market-segmentation-through-personalised-pricing-offers-european-union_en

Ezenkívül az **I. melléklet 28. pontja** értelmében tilos a közvetlenül gyermekeknek szóló, termékek megvásárlására irányuló felhívás. Ez magában foglalja azt is, hogy nem gyakorolható nyomás a gyermekekre annak érdekében, hogy közvetlenül megvásárolja a terméket, vagy rábírjon egy felnőttet arra, hogy vásárolja meg számára. Tanulmányok kimutatták, hogy a gyermekek a közvetlenebb televíziós hirdetésekhez képest kisebb valószínűséggel észlelik és értelmezik a játékokban megjelenő hirdetések kereskedelmi szándékát ⁽³⁷⁶⁾.

A játékokon belüli vásárlásokra vonatkozó ajánlatok esetében a kereskedőknek biztosítaniuk kell, hogy eleget tegyenek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkében és a fogyasztók jogairól szóló irányelvben foglalt tájékoztatási kötelezettségeknek. **A termék lényeges tulajdonságait** egyértelműen le kell írni, és a **virtuális tételek** árát egyértelműen és jól láthatóan **fel kell tüntetni valós pénznemben** is. Ha az árát nem lehet észszerűen előre kiszámítani, a kereskedőnek fel kell tüntetnie az ár kiszámításának módját. A virtuális tételek árát a kereskedelmi ügylet során egyértelműen és jól láthatóan, valós pénznemben kell feltüntetni.

A **„korai hozzáférésű” játékokra** – azaz a még fejlesztés alatt álló játékokra – vonatkozó ajánlatok esetében a kereskedőknek egyértelműnek kell lenniük azzal kapcsolatban, hogy mire számíthat a fogyasztó, például a korai hozzáférést biztosító játék tartalmát és fejlesztési kilátásait illetően.

A kereskedőknek igénybe kell venniük az azon platform által kínált **platformszintű szülői ellenőrzési lehetőségeket**, amelyen a játék elérhető lesz (például olyan szülői felügyeleti eszközök, amelyek lehetővé teszik a szülők számára a kiadások letiltását).

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (2) bekezdése és 7. cikke (4) bekezdésének d) pontja, valamint a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének g) pontja értelmében a fogyasztókat minden vásárlás előtt egyértelműen tájékoztatni kell **a fizetési módokról**. A fogyasztók jogairól szóló irányelv értelmében minden vásárláshoz a fogyasztó kifejezett hozzájárulása szükséges, és a kereskedőnek a fogyasztó rendelkezésére kell bocsátania a szükséges információkat. Ezen túlmenően a pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló (EU) 2015/2366 irányelv 64. cikke előírja, hogy a fizető félnek jóvá kell hagynia a fizetési művelet végrehajtását, és kimondja, hogy ilyen jóváhagyás hiányában a fizetési művelet nem engedélyezettnek tekintendő. Az alapértelmezett fizetési beállítás továbbá nem teheti lehetővé a vásárlást a fogyasztó kifejezett (például jelszóval történő) jóváhagyása nélkül. Amennyiben a rendszer időhöz köti a jóváhagyás érvényességét (például 15 perc), a kereskedőknek kérniük kell a fogyasztó kifejezett jóváhagyását az alkalmazandó időtartam tekintetében.

A játékokban megjelenő bizonyos kereskedelmi gyakorlatok – ideértve a beágyazott reklámokat – **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8–9. cikke értelmében agresszív gyakorlatnak** minősülhetnek. Ez a helyzet állhat fenn akkor, ha a gyakorlatok magatartási elfogultságot, manipulatív elemek alkalmazását – például a játékon belüli ajánlatok időzítését (például mikroügyletekre vonatkozó ajánlatok megjelenítését a játék kritikus pillanataiban) –, „meggyőzésre irányuló nyagtatást” vagy a játékosra gyakorolt indokolatlan nyomás érdekében vizuális és akusztikus hatások alkalmazását foglalják magukban. A kereskedelmi gyakorlatok továbbá személyre szabhatók, és figyelembe vehetik a játékosok kiszolgáltatottságára vonatkozó konkrét információkat. A játékokban alkalmazott gyakorlatok kombinációja (például gyermekek vagy más kiszolgáltatott csoportok megszólítása, mikroügyletek alkalmazása, beágyazott és átláthatatlan reklámok) súlyosbítja a fogyasztóra gyakorolt hatást. A gyermekekkel és fiatalokkal kapcsolatos aggodalmak mellett a kereskedelmi kommunikációra és a manipulatív gyakorlatokra való fokozott fogékonyság a felnőtt játékosokra is jellemző lehet, különösen a hosszan tartó és immerzív játékmenetek esetében.

Ehhez kapcsolódóan aggodalomra ad okot a **szerencsejáték-elemeket** tartalmazó játéktartalom, például a pénznyerő automatákat, egyes zsákmánydobozokat/meglepetésdobozokat vagy fogadásokat tartalmazó, függőséget okozó elektronikus felületek kialakítása. Egyes tagállamok úgy vélik, hogy az ilyen elemek a szerencsejátékokra vonatkozó jogszabályok hatálya alá tartoznak, ami a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben ⁽³⁷⁷⁾ túlmutató további követelményeket vonhat maga után, például engedélyezési jóváhagyást vagy a szerencsejáték-elemek játékokban való használatának teljes tilalmát.

Példa:

Egy online játék algoritmusokat használ, hogy a felhasználó játékszokásai alapján meghatározza a „kockázatvállalási pontszámát” annak érdekében, hogy személyre szabja a zsákmánydobozokra vonatkozó, játékon belüli ajánlatok időzítését, egy zsákmánydobozban egy nagy értékű elem megszerzésének esélyét, a játékban lévő ellenfelek erejét, mindezt azzal a céllal, hogy még többet játsszanak, és növeljék a játékokkal kapcsolatos kiadásokat. Az algoritmusokat különösen a függőségre hajlamos játékosok megcélzására használják. Ez agresszív gyakorlatnak minősülhet.

⁽³⁷⁶⁾ Európai Bizottság, Study on the impact of marketing through Community media, online games and mobile Application on children's behaviour (Tanulmány a marketing által a közösségi médián, online játékokon és mobilalkalmazásokon keresztül a gyermekek viselkedésére gyakorolt hatásról) (EACH/FWC/2013 85 08), https://ec.europa.eu/info/publications/study-impact-marketing-through-social-media-online-games-and-mobile-applications-childrens-behaviour_en

⁽³⁷⁷⁾ A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (9) preambulumbekzdése lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy tovább szabályozzák a szerencsejáték-tevékenységeket magukban foglaló B2C kereskedelmi gyakorlatokat. Belgiumban, Hollandiában és Szlovákiában például a szerencsejáték-szabályozók úgy ítélték meg, hogy a zsákmánydobozok egyes típusai megfelelnek a szerencsejáték feltételeinek.

A **véletlenszerű fizetős tartalom** (például zsákmánydobozok, kártyacsomagok, szerencsekerekek) jelenlétét, beleértve a **véletlenszerű tételek** valószínűségét, egyértelműen közölni kell a fogyasztóval. Például a **zsákmánydobozok/meglepetésdobozok** olyan, játékokon belüli tartalmak, amelyek általában a játékban releváns, véletlenszerű tételeket tartalmaznak (például fegyverek, „skinek”, játékvaluta, fejlődési lehetőségek) ⁽³⁷⁸⁾. A játékokban rendelkezésre álló zsákmánydobozok értékesítésének meg kell felelnie a fogyasztók jogairól szóló irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti tájékoztatási kötelezettségnek a termék árával és lényeges tulajdonságaival kapcsolatban.

Példa:

Egy nemzeti hatóság kezdeményezésére egy játékgyártó kötelezettségvállalást tett a játékon belüli vásárlásokra, többek között a zsákmánydobozokra vonatkozó tájékoztatással kapcsolatban. A hatóság megjegyezte, hogy a fogyasztók és a szülők számára maximális egyértelműségre és átláthatóságra van szükség azzal kapcsolatban, hogy sor kerülhet-e ilyen vásárlásra, különösen a zsákmánydobozok esetében, ahol a véletlenszerűség a fő jellemző ⁽³⁷⁹⁾.

A játékkalkulációk terén a Bizottság és a nemzeti hatóságok 2013–2014-ben foglalkoztak az **olyan játékokra vonatkozó tisztességtelen gyakorlatokkal, amelyek alkalmazáson belüli vásárlásokat kínálnak**, és amelyek vonzóak lehetnek a gyermekek számára, vagy amelyekkel a gyermekek valószínűleg játszanak ⁽³⁸⁰⁾. Közös álláspontjuk kiemelte, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 20. pontja és 7. cikke (4) bekezdésének c) pontja, valamint a fogyasztók jogairól szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének e) pontja értelmében **csak azok a játékok mondhatók „ingyenesnek” a fogyasztók megtévesztése nélkül, amelyek esetében opcionális az alkalmazáson belüli vásárlás**. Ezzel szemben a játék nem forgalmazható „ingyenesként”, ha a fogyasztó az alkalmazáson belüli vásárlás nélkül nem tud észszerűen elvárható módon játszani a játékkal. Ezt eseti alapon kell értékelni minden olyan alkalmazás esetében, amely alkalmazáson belüli vásárlásokat tartalmaz. Azt is hangsúlyozták, hogy az I. melléklet 20. pontjának az „ingyenes” szó használata tekintetében megfelelőnek talált játékok továbbra is értékelhetők a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv egyéb rendelkezései, például a 6–9. cikk alapján annak biztosítása érdekében, hogy más elemek – például az árinformációk megjelenítésének módja – ne legyenek megtévesztők vagy agresszívek. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. mellékletének 28. pontja és 5. cikkének (3) bekezdése előírja továbbá, hogy a gyermekeknek szánt játékok, illetve azok a játékok, amelyekről a kereskedők észszerűen előre láthatják, hogy valószínűleg vonzóak lesznek a gyermekek számára, nem tartalmazhatnak közvetlen felhívást a gyermekek számára arra vonatkozóan, hogy további tételeket vásároljanak a játékban.

4.2.10. Földrajzihely-meghatározó technológiák alkalmazása

A más tagállamban/tagállamból történő vásárláskor néha előfordul, hogy a kereskedők nyíltan elutasítják, hogy egyes fogyasztók számára értékesítsenek, vagy árdiszkriminációt alkalmaznak a fogyasztó lakóhelye vagy állampolgársága alapján. Ilyen gyakorlatokra online és fizikai vásárlás alkalmával is sor kerülhet. A kereskedők földrajzihely-meghatározó technológiákat alkalmazhatnak például a fogyasztó IP-címe, lakcíme, a hitelkártya kibocsátásának országa, stb. alapján, hogy megtagadják egy termék értékesítését a fogyasztónak, vagy automatikusan átirányítsák őket egy helyi webshopba vagy árdiszkriminációs célokból.

A kereskedők különféle okokból, például a magas szállítási költségek vagy a kereskedőre háruló további jogi kötelezettségek miatt tagadhatják meg a hozzáférést egy termékhez vagy alkalmazhatnak eltérő árakat a földrajzi információk alapján. Az értékesítés megtagadását vagy az átirányítást illetően a fogyasztók jogairól szóló irányelv 8. cikkének (3) bekezdésével összhangban a kereskedők legkésőbb a rendelési folyamat elején kötelesek tájékoztatni a fogyasztókat a szállítási korlátozásokról. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése alapján ez a tájékoztatási követelmény „jelentősnek” minősül az irányelv értelmében. Másrészt viszont, ha a kereskedő megfelel a fogyasztók jogairól szóló irányelv 8. cikke (3) bekezdésében szereplő tájékoztatási követelménynek, az értékesítés megtagadása vagy az átirányítás önmagában nem minősül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak. Azonban az egyedi esetek tényei azt mutatják, hogy az ilyen gyakorlatok tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokhoz vezethetnek.

Az ilyen gyakorlatok az uniós jog más területeinek megsértését is jelenthetik. 2018. december 3. óta a **területi alapú tartalomkorlátozásról szóló rendelet** ⁽³⁸¹⁾ tiltja az online kereskedőknek, hogy állampolgárságuk, lakóhelyük vagy letelepedési helyük alapján megkülönböztessék az uniós vevőket. A Bizottság kérdések és válaszok formájában részletes iránymutatást ⁽³⁸²⁾ adott ki a rendeletről. A szerzői jogvédelem alatt álló, nem audiovizuális művekhez (például elektronikus könyvek, videojátékok, zene és szoftverek) kapcsolódó online szolgáltatások esetében a megkülönböztetésmentességre vonatkozó rendelkezés – vagyis az a kötelezettség, miszerint a külföldi vevők számára lehetővé kell tenni, hogy hozzáférjenek ugyanazokhoz az ajánlatokhoz, mint a helyi vevők, és élhessenek az ilyen ajánlatok által nyújtott lehetőségekkel – nem alkalmazandó a rendelet értelmében. A fent említett szolgáltatásokra azonban alkalmazandók a területi alapú tartalomkorlátozásról szóló rendelet egyéb szabályai, például az elektronikus felületekhez való hozzáférés diszkriminatív letiltásának, a fogyasztó előzetes hozzájárulása nélküli átirányításnak (3. cikk), valamint a fizetéssel kapcsolatos okokból történő megkülönböztetésnek a tilalma (5. cikk).

⁽³⁷⁸⁾ A zsákmánydobozokkal kapcsolatos további információkért lásd az Európai Parlament „Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers” (Zsákmánydobozok az online játékokban és azok hatása a fogyasztókra, különösen a fiatal fogyasztókra) című tanulmányát (PE 652.727).

⁽³⁷⁹⁾ AGCM, Electronic Arts, 41-20 5. sz. állásfoglalás, 2020. szeptember 30.

⁽³⁸⁰⁾ Sajtóközlemény, 2014. július 18.: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-847_hu.htm

⁽³⁸¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/302 rendelete (2018. február 28.) a belső piacon belül a vevő állampolgársága, lakóhelye vagy letelepedési helye alapján történő indokolatlan területi alapú tartalomkorlátozással és a megkülönböztetés egyéb formáival szembeni fellépésről, valamint a 2006/2004/EK és az (EU) 2017/2394 rendelet, továbbá a 2009/22/EK irányelv módosításáról (HL L 60. I., 2018.3.2., 1. o.).

⁽³⁸²⁾ Európai Bizottság, Kérdések és válaszok a területi alapú tartalomkorlátozásról szóló rendeletről az elektronikus kereskedelem összefüggésében, 2018. március 22.

Emellett a **szolgáltatási irányelv** 20. cikke annak biztosítására kötelezi a tagállamokat, hogy a vállalkozások ne kezeljék eltérően a fogyasztókat lakóhelyük vagy állampolgárságuk alapján, kivéve, ha ezt objektív kritériumok indokolják. Mindkét jogszabály az értékesítés kifejezett megtagadására vonatkozik, beleértve az automatikus átirányítást, valamint a különböző online vagy offline árak alkalmazását.

A területi alapú tartalomkorlátozás vagy szűrés a **versenyjogot** is sértheti ⁽³⁸³⁾. A Bizottság 2021. január 20-án például öt videojáték-kiadóra és egy játéklaplatformra rótt ki szankciókat a területi alapú tartalomkorlátozási gyakorlataik miatt ⁽³⁸⁴⁾.

4.2.11. Fogyasztói függés

Előfordulhat, hogy a fogyasztók választási lehetőségei korlátozottak, a megvásárolt termékek minősége romlik, a szerződési feltételek kedvezőtlenül megváltoznak és/vagy a fogyasztók a szolgáltatótól való függés miatt magas árakat fizetnek. Ezt a függés megteremtésére irányuló termék vagy marketing, valamint a versenyt vagy az átláthatóságot nélkülöző piacok teszik lehetővé. Ez különösen igaz az interoperabilitás hiányát elősegítő, védett szabványokkal rendelkező digitális piacokra.

Amikor a fogyasztók például mobiltelefont választanak, az operációs rendszerhez kapcsolódó alkalmazás-áruházat is választanak. Utfüggő folyamat indul el, amely erősíti a függést, amikor a dolgok internetéhez kapcsolódóan más olyan termékeket vásárolnak, amelyek csak az ő mobil ökoszisztémájukkal interoperábilisak. E döntés meghozatalát követően a fogyasztók nehezen tudnak váltani az ökoszisztémák között pénzügyi veszteség (alkalmazások és más [IoT] hardverek), idővesztés (személyes információk helyreállítása, beállítások stb.) és adatvesztés nélkül. A további példák közé tartoznak a megvásárolt digitális adathordozók, amelyek a kereskedővel kötött szerződés lejártá után elérhetetlenné válhatnak, vagy a gépjármű-javítások, amelyeket a fogyasztónak a gépjárműgyártó által tanúsított szervizben kell elvégeztetnie, mivel csak az fér hozzá a diagnosztikai adatok teljes köréhez. A fogyasztók adott ökoszisztéma adott (nemzeti) verziójától is függhetnek, például a felhasználói profil létrehozásakor megadott helymeghatározási adatok alapján, így ugyanannak a profilnak az elektronikus felület vagy az ökoszisztéma egy másik verziójában történő használata az eredeti változatban lévő összes adat és tartalom elvesztését vonhatja maga után.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a 9. cikkének d) pontjával általában csökkenti a fogyasztók függésének kockázatát, mivel **megakadályozza, hogy a kereskedők akadályozzák a szerződésváltást vagy a szerződéstől való elállást**. Annak értékeléséhez, hogy egy gyakorlat agresszív-e, előírja „bármely súlyos vagy aránytalan, nem szerződéses akadály [figyelembevétel], 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”. Ennek a rendelkezésnek széles az alkalmazási köre, és különböző szerződésen kívüli akadályokra is kiterjedhet.

A Bíróság további iránymutatást adott egy konkrét függőségi forgatókönyvvvel kapcsolatban. A Sony ügyben a Bíróság egy **előre telepített szoftverrel** (beleértve az operációs rendszert) **rendelkező számítógép** értékesítésének gyakorlatát vizsgálta ⁽³⁸⁵⁾. A Bíróság megállapította, hogy egy számítógépnek a fogyasztó azon lehetősége nélkül történő értékesítése, hogy ugyanazt a számítógépmoddell előre telepített szoftver nélkül vásárolja meg, önmagában nem minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése** értelmében, kivéve, ha további olyan körülmények állnak fenn, amelyek miatt a gyakorlat ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és jelentősen torzíja vagy torzíthatja az átlagfogyasztó termékkel kapcsolatos gazdasági magatartását. E tekintetben a Bíróság már megállapította, hogy különösen a fogyasztók megfelelő tájékoztatása esetén a különböző termékekre vagy szolgáltatásokra vonatkozó kapcsolt ajánlat megfelelhet a 2005/29 irányelvben előírt, a tisztességes kereskedelemmel szemben támasztott követelményeknek ⁽³⁸⁶⁾. Ezenkívül a Bíróság a Sony ügyben hozott ítéletében megerősítette, hogy a számítógépre előre telepített egyes szoftverek esetében az ár feltüntetésének elmulasztása nem minősül a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikke (4) bekezdésének a) pontja és 7. cikke** értelmében vett megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak ⁽³⁸⁷⁾.

⁽³⁸³⁾ Lásd még az alábbi dokumentumot kísérő bizottsági szolgálati munkadokumentum 4.3.2.5. szakaszát: A Bizottság jelentése a Tanácsnak és az Európai Parlamentnek –Végső jelentés az e-kereskedelmi ágazati vizsgálatról, (SWD(2017) 154 final).

⁽³⁸⁴⁾ Sajtóközlemény, 2021. január 20.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_170

⁽³⁸⁵⁾ A Bíróság 2016. szeptember 7-i ítélete, Sony, C-310/15.

⁽³⁸⁶⁾ A Bíróság 2009. április 23-i ítélete, VTB-VAB, C-261/07 és C-299/07 egyesített ügyek, 66. pont.

⁽³⁸⁷⁾ Ugyanott, 47–52. pont.

Az uniós fogyasztóvédelmi szabályok mellett uniós versenyszabályok is léteznek a piaci egyensúlyhiányok megelőzésére. A fogyasztói dolgok internetével kapcsolatos, 2020. július 16-án indított ágazati vizsgálat⁽³⁸⁸⁾ alapját részben a dolgok internetéhez kapcsolódó eszközök interoperabilitásának hiánya miatti fogyasztói függés lehetséges kockázatai képezték. Emellett a digitális piacokról szóló jogszabályra vonatkozó bizottsági javaslat célja, hogy a kapuor platformokra vonatkozó új kötelezettségek révén kezelje a fogyasztói függés kockázatait⁽³⁸⁹⁾.

Szolgáltatótávítás során az **általános adatvédelmi rendelet** 20. cikke és a **digitális tartalomról szóló irányelv**⁽³⁹⁰⁾ 16. cikkének (4) bekezdése feljogosítja az egyéneket arra, hogy magukkal vigyék személyes adataikat, illetve a személyes adatoktól eltérő bármely olyan tartalmat, amelyet a fogyasztó a kereskedő által biztosított digitális tartalom vagy digitális szolgáltatás használata során szolgáltatott vagy hozott létre, ezáltal korlátozva a „függési” gyakorlatok hatásait⁽³⁹¹⁾. Továbbá a **fogyasztók jogairól szóló irányelv** 5. cikke (1) bekezdésének g) és h) pontja, valamint 6. cikke (1) bekezdésének r) és s) pontja segíti a fogyasztókat abban, hogy előzetesen azonosítsák a függőségi helyzeteket azáltal, hogy előírják a kereskedő számára, hogy a szerződés megkötése előtt tájékoztassa a fogyasztót az áruk digitális elemekkel, digitális tartalommal és digitális szolgáltatásokkal való funkcionalitásáról, kompatibilitásáról és interoperabilitásáról. Végezetül, a területi alapú tartalomkorlátozásról szóló rendelet 3. cikke biztosítja az elektronikus felülethez (beleértve az alkalmazásáruházakat) való hozzáférést a vevő állampolgárságától, lakóhelyétől vagy székhelyétől függetlenül⁽³⁹²⁾.

4.3. Utazási és szállítási ágazat

4.3.1. Több területet érintő kérdések

Az utazási és szállítási szolgáltatások foglalás előtti, foglalási és foglalás utáni szakaszában olyan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok merülhetnek fel, mint például megtévesztő reklámok és egyéb manipulatív gyakorlatok, jelentős információk hiánya vagy félrevezető tájékoztatás, csepegtető árképzési gyakorlatok, tisztességtelen szerződési feltételek, járattörésekkel kapcsolatos problémák, a késések vagy járattörések esetén nyújtott elégtelen segítség, valamint nem hatékony panaszkezelési rendszerek.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nemcsak arra a kereskedőre vonatkozik, aki ténylegesen utazási és szállítási szolgáltatást nyújt, hanem arra is, **„aki a kereskedő nevében vagy javára jár el”** (2. cikk b) pont). A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezései, különösen a 6. és 7. cikkben lefektetett tájékoztatási követelmények nemcsak a légitársaságokra, szállodákra vagy gépkocsikölcsönző vállalatokra vonatkoznak, hanem azokra a **közvetítőkre** is – például utazásfoglaló honlapokra, összehasonlító eszközökre vagy metakereső honlapokra –, amelyek közöttük és a fogyasztók között közvetítenek.

Példa:

A légitársaságnak és a repülőjegyeket a fogyasztóknak⁽³⁹³⁾ a légitársaság nevében vagy javára kínáló online utazási irodának is tájékoztatnia kell a fogyasztókat arról, hogy a repülőjegy ára tartalmazza-e a poggyászt, vagy azért plusz költséget számítanak-e fel. Mindkettőnek tájékoztatnia kell az utasokat arról is, hogy a repülőjegyeket át lehet-e foglalni, vagy az árakat visszatérítik-e.

A **7. cikk (4) bekezdése** bizonyos információkat sorol fel, amelyeket a **vásárlásra való felhívásokban** – például repülőjegy vagy vonatjegy vásárlása, szálláshely vagy gépkocsikölcsönzés esetében – jelentősnek kell tekinteni, amennyiben az adott információ a körülményekből nem derül ki. Az ilyen tájékoztatás elmulasztása néhány esetben megtévesztő mulasztásnak minősülhet. Ez a pont különösen a következő információkra terjed ki:

- a termék lényeges tulajdonságai,
- a kereskedő személyazonossága,

⁽³⁸⁸⁾ A Bizottság határozata (2020. július 16.) a dolgok internetéhez kapcsolódó fogyasztási termékek és szolgáltatások ágazatában az 1/2003/EK tanácsi rendelet 17. cikke szerinti vizsgálat megindításáról (C(2020) 4754 final). Lásd a 2021. június 9-én közzétett előzetes jelentést, amely aggályokat fogalmaz meg az interoperabilitás hiányával kapcsolatban, például a hangasszisztensek és operációs rendszerek egyes szolgáltatói tekintetében: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/ip_21_2884

⁽³⁸⁹⁾ Javaslat – Rendelet a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról (COM(2020) 842).

⁽³⁹⁰⁾ Az (EU) 2019/770 irányelv.

⁽³⁹¹⁾ Az általános adatvédelmi rendeletben foglalt vonatkozó jog csak akkor alkalmazandó, ha a személyes adatok kezelése hozzájárulás vagy szerződés alapján történik, és azokat különböző adatkezelők között továbbítják. Ez a jog azonban nem lenne alkalmazandó abban az esetben, ha a továbbítás az ugyanazon kereskedő által nyújtott szolgáltatás különböző változatait, azaz az általános adatvédelmi rendelet szerinti ugyanazon adatkezelőt érinti.

⁽³⁹²⁾ Az (EU) 2018/302 rendelet. Lásd még a Bizottság álláspontját az EP 470/21. sz. kérdésével kapcsolatban: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2021-000470-ASW_EN.html

⁽³⁹³⁾ Az utasok jogairól szóló ágazati rendeletek nem határozzák meg az „utas” fogalmát, amely ezért tágabb, mint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti „fogyasztó” fogalma abban az értelemben, hogy az utasok jogairól szóló rendeletek minden utasra vonatkoznak az utazás célját illető bármilyen megkülönböztetés nélkül. Másrészt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá csak a szállítási szolgáltatások fogyasztója tartozik (lásd a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének a) pontját, amelyet a 4.4.2. szakasz ismertet részletesen).

- az adókat is tartalmazó ár,
- a fizetési feltételek,
- a panaszkezelési politika.

A vásárlásra való felhívásokkal a 2.9.5. szakasz foglalkozik részletesebben.

A 7. cikk (4) bekezdésének b) pontja értelmében a kereskedőknek meg kell adniuk **postai címüket és azonosítási adataikat**. A 7. cikk (5) bekezdésének, valamint az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv 5. cikke (1) bekezdése c) pontjának értelmében a kereskedő e-mail-címe szintén a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti jelentős információ. Ennek az információnak könnyen megtalálhatónak (vagyis ne az általános szerződési feltételekben vagy külön információs oldalakon/hivatkozásokban szerepeljen), illetve közvetlenül és folyamatosan hozzáférhetőnek kell lennie.

A **panaszkezelést** illetően a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésének d) pontja értelmében a fogyasztó számára egyértelműnek kell lennie, hogy kihez kell fordulnia, ha kérdései vagy panaszai vannak. A fogyasztó számára egyértelmű útmutatást kell adni arra vonatkozóan, hogy probléma esetén hogyan reklamálhat, például e-mail-címen vagy telefonszámon keresztül.

A szerződési feltételek nyelvére vonatkozó kérdésekkel kapcsolatban lásd a 2.9.3. szakaszt (Bizonyos információk más nyelven történő rendelkezésre bocsátása).

A kereskedőknek – beleértve az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott ügyleteit elősegítő közvetítőket – biztosítaniuk kell, hogy a jegyárak a kezdetektől, már a reklámozás szakaszától, és a foglalási folyamat során végig átláthatóak legyenek.

A **jegyárakkal kapcsolatos hátrányos megkülönböztetéssel** kapcsolatos kérdésekért lásd az árképzési gyakorlatokról szóló 4.2.8. szakaszt.

Különösen a 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja és a 7. cikk (4) bekezdésének c) pontja értelmében **mindenkor fel kell tüntetni a teljes fizetendő árat**, és annak tartalmaznia kell azokat az alkalmazandó költségeket és adókat, amelyek elkerülhetetlenek és előreláthatók a közzététel/foglalás időpontjában, ideértve a többletköltségeket. Légi szállítás esetén például az ágazatspecifikus jogszabálynak⁽³⁹⁴⁾ megfelelően a fizetendő végső árat mindenkor fel kell tüntetni, és annak magában kell foglalnia az alkalmazandó légi vitel- vagy légi tarifadíjat, valamint a közzététel idején elkerülhetetlen és előre látható valamennyi vonatkozó adót, díjat, felárat és illetéket.

A repülőjegyek és a hotelszobák árai nagyon gyorsan változhatnak. Amikor a fogyasztó például egy online utazási iroda platformján keres repülőjegyet, a jegykeresés megkezdésének pillanata és a vásárlási döntés meghozatalának pillanata között változhat az ár. Amennyiben az ilyen árváltozás valóban a piac dinamikus jellegéből adódik, és ezért kívül esik az online utazási iroda ellenőrzési körén, annak hatása lesz az online utazási iroda annak biztosítására irányuló lehetőségére, hogy a reklámozott ár mindig teljes mértékben pontos legyen. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdésében foglalt szakmai gondossági kötelezettség azt sugallja, hogy azoknak a kereskedőknek, akik tisztában vannak a hirtelen árváltozás lehetőségével, **ezt egyértelművé kell tenniük a fogyasztók számára az árak meghirdetésekor**.

Példa:

- Egy szervezett utazást kínáló kereskedő feltüntetette egy biztosítás árát a termék teljes árában. A biztosítás azonban nem kötelező, hanem opcionális volt. Egy nemzeti hatóság ezt megtévesztőnek találta⁽³⁹⁵⁾.
- Egy nemzeti hatóság megtévesztő mulasztásnak, megtévesztő tevékenységnek és agresszív gyakorlatnak minősítette azt az esetet, ahol kiegészítő üzemanyagköltséget számítottak fel a turistáknak anélkül, hogy feltüntették volna a költség kiszámításának módját, és megfelelő dokumentációval látták volna el a fogyasztókat⁽³⁹⁶⁾.
- Egy nyaralókat kínáló kereskedő elmulasztotta feltüntetni az árban a kötelező költségeket, például a takarítás költségeit, az idegenforgalmi adókat és a foglalás egyéb szolgáltatási költségeit. Egy nemzeti bíróság ezt a gyakorlatot szakmai gondosságra ütköző gyakorlatnak és megtévesztő mulasztásnak minősítette⁽³⁹⁷⁾.

Abban az esetben, ha a kereskedő további (opcionális) szolgáltatásokat kínál, **az opcionális költségekre** vonatkozó információkat **kiemelten kell megjeleníteni**, a fő szolgáltatástól elkülönítve; és a kereskedők **nem téveszthetik meg a fogyasztókat a kiegészítő szolgáltatások vásárlását illetően**. Opcionális költség lehet például az egyágyas szoba felára,

⁽³⁹⁴⁾ A légi járatok működtetéséről szóló 1008/2008/EK rendelet 23. cikkének (1) bekezdése.

⁽³⁹⁵⁾ 1 As 59/2001 – 61, Blue Style s.r.o. kontra Cseh Kereskedelmi Felügyelet, 2011. június 22.

⁽³⁹⁶⁾ PS3083, Teorema Tour – Adeguamento costo carburante aereo, 2009. augusztus 26.

⁽³⁹⁷⁾ OLG Hamm, 2013.6.6., Az. I-4 U 22/13.

a nem kötelező biztosítás, a választható ülés vagy a feladott poggyász (szemben a kézi poggyással) ⁽³⁹⁸⁾. A fogyasztókat a vásárlásra való felhívásban tájékoztatni kell a nem kötelező költségek meglétéről, mégpedig minden esetben **legkésőbb a foglalási folyamat kezdetén**. Azt is **egyértelművé kell tenni, hogy ezek a költségek opcionálisak**, és a fogyasztókat **nem szabad megtéveszteni** a kiegészítő szolgáltatások vásárlására vonatkozó döntésükben ⁽³⁹⁹⁾.

Ezek a követelmények különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) és d) pontjából, valamint 7. cikke (4) bekezdésének a) és c) pontjából következnek. Az ezeket az elveket sértő gyakorlatok a körülményektől függően ellentétesnek minősülhetnek a szakmai gondosság követelményeivel is, vö. a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdésével.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szabályain túl a fogyasztók jogairól szóló irányelv kizárja az olyan alapértelmezett opciók használatát, amelyeket a fogyasztónak el kell utasítania ahhoz, hogy elkerülje a plusz költségeket ahelyett, hogy **a fogyasztó kifejezett hozzájárulását kérné a plusz költségekhez**, például a honlapokon található, előre kipipált jelölőnégyzetek esetében. Ennek az irányelvnek a 22. cikke arról rendelkezik, hogy „Ha a kereskedő nem kapta meg a fogyasztó kifejezett hozzájárulását, azonban arra következtetett azon alapértelmezett opciók alkalmazása útján, amelyeket a fogyasztónak a többletösszeg fizetésének elkerülése érdekében el kell utasítania, a fogyasztó jogosult az így kifizetett összeg visszatérítésére.”

Az előre kipipált jelölőnégyzetek eseteitől eltekintve előfordulhatnak egyéb esetek is, amikor a szolgáltatásaikat online reklámozó kereskedők homályos és félreérthető módon kínálnak kiegészítő szolgáltatásokat, például elrejtik a további szolgáltatások meg **nem** rendelésének lehetőségét (lásd még a sötét mintákról szóló 4.2.7. szakaszt). Az ilyen kereskedelmi gyakorlatok megtévesztőnek, agresszívnek vagy a szakmai gondossággal összeegyeztethetetlennek minősülhetnek.

Mivel ilyen gyakorlatokat különösen a légi közlekedési ágazatban figyeltek meg, és tekintettel a további ágazati szabályok meglétére, további példák a 4.3.4. szakaszban olvashatók.

4.3.2. Szervezett utazás

Az utazási csomagokról és az utazási szolgáltatásösszetésekről szóló (EU) 2015/2302 irányelv (a szervezett utazási formákról szóló irányelv) rendelkezéseket tartalmaz az utazóknak kínált különböző utazási szolgáltatások, vagyis a személyszállítás, szálláshely-szolgáltatás, gépjárműkölcsönzés ⁽⁴⁰⁰⁾ és egyéb turisztikai szolgáltatások összekapcsolásáról.

A szervezett utazási formákról szóló irányelv többek között szabályozza a szerződést megelőző tájékoztatást, amelyet a kereskedőknek az utazók számára biztosítaniuk kell, ideértve a csomagban foglalt szolgáltatásokra vonatkozó konkrét információkat, valamint a csomag teljes árát adókkal és adott esetben az összes kiegészítő díjjal, költséggel és egyéb költséggel együtt. Az irányelv értelmében a kereskedőknek **arról is kiemelten kell tájékoztatniuk az utazókat, hogy a kínált szolgáltatás utazási csomagnak vagy csak utazási szolgáltatásösszetésnek minősül-e**, alacsonyabb védelmi szint mellett, és szabványosított tájékoztatókkal tájékoztatást kell nyújtaniuk a vonatkozó fogalom esetében érvényes védelem szintjéről.

A kereskedők továbbá kötelesek tájékoztatni az utazókat az utazás utazó általi visszamondásának költségeit, illetve a baleset, betegség vagy halál esetén nyújtott asszisztencia költségeit fedező opcionális vagy kötelező biztosításokról.

A szervezett utazási formákról szóló irányelv nem akadályozza meg, hogy **a konkrét szabályain túl kiegészítő jelleggel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet is alkalmazzák az utazási csomagokra és az utazási szolgáltatásösszetésekre**.

4.3.3. A szálláshelyek időben megosztott használati jogára vonatkozó szerződések

A 2008/122/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽⁴⁰¹⁾ (a szálláshelyek időben megosztott használati jogáról szóló irányelv) bizonyos fogyasztóvédelmi jogokat biztosít az szálláshelyek időben megosztott használati joga, a hosszú távra szóló üdülési termékek, azok viszontértékesítése és cseréje tekintetében. Különösen a következőket határozza meg:

- a kereskedők szerződést megelőző és szerződéses tájékoztatási kötelezettségeire vonatkozó szigorú szabályok,
- a fogyasztó szerződéstől való elállási joga 14 naptári napon belül,
- az előlegfizetés tilalma az elállási időszak alatt,

⁽³⁹⁸⁾ A C-487/12. sz. Vueling Airlines ügyben 2014. szeptember 18-án hozott ítéletében a Bíróság kimondta, hogy a kézipoggyászt főszabály szerint az utasszállítás elengedhetetlen elemének kell tekinteni, következésképpen nem számítható fel felár a szállításáért, feltéve, hogy az ilyen poggyászok súly és méret tekintetében észszerű követelményeknek felelnek meg, és elegendő tesznek a biztonsági előírásoknak.

⁽³⁹⁹⁾ A légi közlekedés tekintetében a légi járatok működéséről szóló rendelet 23. cikkének (1) bekezdése előírja, hogy a választható felárakat egyértelmű, átlátható és világos formában kell feltüntetni minden jegyfoglalási folyamat kezdetén, és azok elfogadásáról az ügyfél dönt.

⁽⁴⁰⁰⁾ Csak a 2015/2302/EU irányelv értelmében külön utazásszolgáltatás-típus.

⁽⁴⁰¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2008/122/EK irányelve (2009. január 14.) a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről (HL L 33., 2009.2.3., 10. o.).

— az ilyen termékek befektetesként történő reklámozásának vagy értékesítésének tilalma.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a szálláshelyek időben megosztott használati jogáról szóló irányelvben biztosított védelmet kiegészítő védelmet biztosít a fogyasztók számára.

A szálláshelyek időben megosztott használati jogáról szóló irányelvet értékelő bizottsági jelentés⁽⁴⁰²⁾ alátámasztása érdekében végzett kutatás rámutat bizonyos visszatérő problémákra ebben az ágazatban, különösen néhány uniós tagállamon belüli néhány népszerű célállomás vonatkozásában:

- **Megtévesztő tájékoztatás** a szerződés aláírása előtt, ami a vevőkben azt a hamis benyomást kelti, hogy a rendelkezésre álló üdülési helyek választéka gyakorlatilag korlátlan, vagy hogy a szerződés könnyen eladható vagy elcserélhető. A fogyasztó gyakran csak nem sokkal a szerződéskötés után fedezi fel, hogy ez az információ helytelen volt.
- **Agresszív értékesítési módok**, amelyek során a potenciális vásárlókat jelentős nyomás alá helyezik, például, „bezárják” őket egy helyiségbe, ahol végeláthatatlan előadásokra kerül sor, és amelyet néha szerződéskötés nélkül nem hagyhatnak el.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv a megtévesztő tevékenységekre vonatkozó rendelkezései (különösen a 6. cikk (1) bekezdésének b) pontja) és az agresszív kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó rendelkezései (8. és 9. cikk) révén foglalkozik ezekkel a gyakorlatokkal.

Továbbá a Bizottságnak a szálláshelyek időben megosztott használati jogáról szóló irányelvre vonatkozó jelentése rámutatott a szálláshelyek megosztott használati jogára vonatkozó szerződés megszüntetésével kapcsolatos visszatérő fogyasztói problémára. A jelentés megállapítja, hogy ez eredményesen kezelhető a nemzeti jog szintjén, illetve a vonatkozó uniós fogyasztóvédelmi jog eszközeinek jobb érvényesítésével.

4.3.4. Különösen a légi közlekedésre vonatkozó kérdések

A repülési lehetőségek reklámozásakor a kereskedőknek gondoskodniuk kell arról, hogy **az ülőhelyek és járatok rendelkezésre állására** vonatkozó állítások (például „az utolsó ülőhely”) egyértelműek és valósak legyenek. Az ilyen állítások szükség esetén tartalmazzák a megfelelő pontosításokat (például „az utolsó ülőhely ezen a honlapon ezen az áron”). A repülőutak **meghatározott árainak hirdetések** (például „19,99 EUR-tól kezdődő árak”) az ajánlott árak észszerű mennyiségben kell rendelkezésre állnia, figyelembe véve a hirdetés mértékét. Ezenkívül a kereskedők **csak akkor tehetnek időben korlátozott ajánlatokat**, ha azok később nem lesznek elérhetőek ugyanazon az áron.

Amellett, hogy aggályokat vetnek fel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése szerinti szakmai gondossággal és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikke szerinti megtévesztő gyakorlatokkal kapcsolatban, a fent említett gyakorlatok az I. melléklet 5. pontjában (csalogató reklám), 7. pontjában (hamis vagy megtévesztő állítások a ritkaságra vonatkozóan) és 18. pontjában (téves információ szolgáltatása a piaci feltételekről, illetve a termék fellelhetőségének lehetőségeiről) foglalt tilalmak hatálya alá tartozhatnak.

Egy légi járat „lényeges tulajdonságának” a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja és 7. cikke (4) bekezdésének a) pontja értelmében magában kell foglalnia az útmegszakításokat, a légi járat célállomásának pontos feltüntetését és a becsült repülési időt.

Ez különösen releváns az olyan légitársaságok esetében, amelyek néha egy nagyvárostól bizonyos távolságra elhelyezkedő repülőterekről szerveznek járatokat, de hirdetéseikben az adott város nevét használják. Néhány esetben az ilyen kereskedelmi gyakorlatok megtéveszthetik a fogyasztókat a repülőtér tényleges elhelyezkedését illetően, és valószínűsíthetően arra készítetik az átlagfogyasztókat, hogy olyan ügyleti döntést hozzanak, amit egyébként nem hoztak volna meg. Valójában néhány fogyasztó hajlandó lenne magasabb árt fizetni azért, hogy a célállomáshoz közelebb fekvő repülőterre érkezzen.

Példa:

Célállomásként „Barcelona” feltüntetése, miközben a repülőtér ténylegesen Reus városában, Barcelonától 100 km-re található, megtévesztőnek minősíthető.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontjában és 7. cikke (4) bekezdésének c) pontjában azzal kapcsolatban megfogalmazott követelményeken túl, hogy az **árakat** az elkerülhetetlen és előre látható díjakkal és adókkal együtt kell feltüntetni, a **légi járatok működtetéséről szóló 1008/2008/EK rendelet** 23. cikkének (1) bekezdése kimondja, hogy a „megfizetendő végső árat mindenkor fel kell tüntetni, és annak magában kell foglalnia az alkalmazandó légi vitel- vagy légi tarifadíjat, valamint a közzététel idején elkerülhetetlen és előre látható valamennyi vonatkozó adót, díjat, felárat és illetéket”.

A rendelet előírja továbbá

- a **végső ár elemekre** (például viteldíj, adók, repülőtéri és egyéb illeték, illetve felár) **való lebontását**,
- a **választható felárak** egyértelmű, átlátható és világos formában történő közlését a jegyfoglalási folyamat kezdetén,

⁽⁴⁰²⁾ Jelentés a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről szóló, 2009. január 14-i 2008/122/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értékeléséről (COM(2015) 644 final).

— azt, hogy a **választható felárak elfogadásáról a fogyasztó dönt.**

A Bíróság egyértelművé tette, hogy a 23. cikk (1) bekezdése értelmében elkerülhetetlen és előre látható árelemek közé tartozik az az utasfelvételi díj, amelynek kifizetése más, ingyenes utasfelvételi mód hiányában nem kerülhet el, a belföldi járatokra vonatkozó árakra felszámított héa, valamint a légi fuvarozó által jóváhagyott hitelkártyától eltérő hitelkártyával történő vásárlások kezelési költsége. Ezzel szemben a választható felárak magukban foglalják azt az utasfelvételi díjat, amelynek kifizetése egy másik, ingyenes utasfelvételi mód alkalmazásával elkerülhető, valamint a belföldi járatokra vonatkozó választható felárakra felszámított héát ⁽⁴⁰³⁾.

Azokban az esetekben, amikor a szolgáltatásaikat online kínáló utazási szolgáltatást nyújtó vállalkozások megszegik a fogyasztók jogairól szóló irányelvet vagy a légi járatok működtetéséről szóló rendeletet, a jogsértő gyakorlatok nem kifejezetten ezen ágazati jogi eszközök által szabályozott szempontjai a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében tisztességtelennek minősülhetnek, amennyiben az átlagfogyasztót valószínűsíthetően arra késztetik, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amit egyébként nem hozott volna meg. Ezt egyedileg kell vizsgálni.

Példa:

- Egy kereskedő előre kipipált jelölőnégyzeteket használ, vagy úgy kínál homályos és félreérthető módon kiegészítő szolgáltatásokat, hogy elrejtje annak lehetőségét, hogy ne kelljen további szolgáltatásokat foglalni, vagy megnehezíti a fogyasztóknak, hogy ne válasszanak további szolgáltatásokat. A kereskedő ezzel arra készítheti a fogyasztókat, hogy olyan kiegészítő szolgáltatásokat fogadjanak el, amelyeket egyébként nem vettek volna igénybe.
- A repülőjegyek ára a legtöbb esetben nem tartalmazza az utazási biztosítás díját. Az a gyakorlat, amikor a repülőjegy lefoglalásakor azoknak a fogyasztóknak, akik nem szeretnék utazási biztosítást kötni, rá kell kattintaniuk a „biztosítás nélkül” opcióra, valószínűsíthetően a fogyasztók jogairól szóló irányelv 22. cikke, valamint a légi járatok működtetéséről szóló rendelet 23. cikkének (1) bekezdése alá tartozik. Néhány nemzeti hatóság már a fogyasztók jogairól szóló irányelv hatálybalépése előtt eljárást indított a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében az ilyen gyakorlatokkal szemben. Hasonlóan tisztességtelennek minősült az a gyakorlat, amelynél a repülőjegy lefoglalásakor azoknak a fogyasztóknak, akik nem szeretnék utazási biztosítást kötni, a tartózkodási hely szerinti lehetséges országok listájába rejtett „biztosítás nélkül” opciót kell választaniuk, mivel összeegyeztethetetlen a szakmai gondossággal (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése) vagy megtévesztő (6. vagy 7. cikk).

A légi járatok működtetéséről szóló rendelet szerinti tájékoztatási követelmények a **tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése** értelmében jelentős információnak minősülnek. Kiegészítik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikke (4) bekezdésében foglalt követelményeket a repülőjegyek teljes árára vonatkozó tájékoztatást illetően, többek között azzal, hogy kell-e fejlesztési díjat fizetniük a fogyasztóknak az indulási/érkezési repülőtéren. Azt sem szabad továbbá elfelejteni, hogy – az 1.2.1. szakaszban tárgyaltnak megfelelően – amennyiben vannak ágazatspecifikus vagy egyéb uniós jogszabályok, és azok rendelkezései átfedést mutatnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezéseivel, a lex specialis vonatkozó rendelkezései irányadók.

A **foglalási folyamat után**, például közvetlenül a repülőtéren **fizetendő kötelező díjakra** (például Írországból és Angliából az adott repülőtérről induló összes utasra kivetett fejlesztési díj) vonatkozó tájékoztatást fel kell tüntetni, és a **fuvarozónak vagy az utazási irodának a foglalási folyamat kezdetén feltűnően meg kell jelenítenie.**

Ha a légi társaságok vagy a repülőjegyeket értékesítő közvetítők a fizetési felár költségeit a használt fizetési módhoz kapcsolják, az induló árak a leggyakoribb **fizetési mód** költségét – és ahogy arra a Ryanair ügyben hozott ítélet ⁽⁴⁰⁴⁾ rámutatott –, a légi fuvarozó által jóváhagyott hitelkártyától eltérő hitelkártyával történő vásárlások kezelési költségét kell tartalmaznia. Amennyiben ezeket a felárakat nem lehet előre kiszámítani, a fogyasztókat megfelelően tájékoztatni kell az ár kiszámításának módjáról, valamint arról, hogy „hozzáadódhatnak” az árhoz.

Példa:

Ha egy légitársaság törzsvásárlói kártyájával történő fizetés költsége 1,5 EUR, miközben a hitelkártyás fizetés költsége 6 EUR, a vásárlásra való felhívásban és a foglalási folyamat kezdetén megjelenített árak a hitelkártyás vásárlás árát kell tartalmaznia. Ráadásul a legtöbb fogyasztó valószínűleg nem tud a légitársaság törzsvásárlói kártyájával fizetni.

⁽⁴⁰³⁾ A Bíróság 2020. április 23-i ítélete, Ryanair, CC-28/19.

⁽⁴⁰⁴⁾ A Bíróság 2020. április 23-i ítélete, Ryanair, C-28/19.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv 19. cikke továbbá tiltja a kereskedőknek, hogy **egy adott fizetési mód használataért a kereskedők tényleges költségeit meghaladó díjat számítsanak fel a fogyasztónak**. Ez a fizetési módhoz közvetlenül kapcsolódó minden díjra érvényes, függetlenül attól, hogy azt a fogyasztóknak miként mutatják be.

Példa:

Az adminisztrációs, foglalási vagy kezelési költségként említett díjak, amelyeket az online jegyvásárlási ágazatban – különösen a légitársaságok és komptársaságok – gyakran használnak, és amelyet a rendezvényekkel kapcsolatos online jegyértékesítés során is felszámítanak, a 19. cikk hatály alá tartoznak, ha adott fizetési mód használatával elkerülhetők.

A légi járatok működtetéséről szóló rendelet 23. cikkének (1) bekezdése értelmében a nagyközönség számára rendelkezésre álló, felkínált vagy bármilyen formában közzétett légi viteldíjakkal és légi tarifával együtt az azokra vonatkozó feltételeket is fel kell tüntetni. A Bíróság az Air Berlin ügyben hozott ítéletében ⁽⁴⁰⁵⁾ azt is hangsúlyozta, hogy a légi járatok működtetéséről szóló rendelet 23. cikkének (1) bekezdése előírja, hogy az online foglalási rendszerek a légi járatok árainak valamennyi megjelölésekor kötelesek feltüntetni a fogyasztók számára a fizetendő végső árat.

Hasonlóképpen feltűnően kell feltüntetni a **poggyászszabályzattal** kapcsolatos információkat, beleértve a kézipoggyászra, a poggyász méretére és az alkalmazandó díjakra vonatkozó információkat. E tekintetben egyértelműen fel kell tüntetni minden további költséget vagy díjat ⁽⁴⁰⁶⁾. A már meglévő poggyászszabályzat változásairól körültekintően tájékoztatni kell a fogyasztókat annak érdekében, hogy különösen a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1), (4) és (5) bekezdése értelmében elkerülhető legyen a megtévesztés. Az átlagfogyasztónak észszerű elvárásai lehetnek azzal kapcsolatban, hogy mit tartalmaz a poggyászszabályzat, például azt, hogy a jegy ára tartalmazza az olyan szabványos kézipoggyászt, amelynek tömege és mérete megfelel az észszerű követelményeknek ⁽⁴⁰⁷⁾.

Példa:

Egy nemzeti bíróság elrendelte, hogy egy légitársaság fizessen visszatérítést annak az ügyfélnek, akinek díjat kellett fizetnie a külön jegy nélküli kézitáskáért, és felszólította a légitársaságot, hogy távolítsa el a kikötést a szerződési feltételei közül. A légitársaság csak akkor engedte a kis méretű táskák felvitelét az utastérbe, ha azok elfértek az előző ülés alatt, de a nagyobb, legfeljebb 10 kg tömegű táskák esetében poggyászdíjat kellett fizetni vagy elsőbbségi beszállókarttyát kellett vásárolni. A bíróság megállapította, hogy a kézipoggyászra vonatkozó szabályzat komoly egyenlőtlenséget idéz elő a felek szerződéses viszonyában a fogyasztó kárára ⁽⁴⁰⁸⁾.

A légi járatok működtetéséről szóló rendelet 23. cikkének (1) bekezdése értelmében **az ülések kiválasztásának választható felárát** (a másik megoldás az ülések véletlenszerű kiosztása az utastér különböző részeiben) egyértelmű, átlátható és világos formában kell feltüntetni a jegyfoglalási folyamat kezdetén.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében abban az esetben, ha a kereskedők egy adott repülőjegyet reklámoznak, az adott jegyre vonatkozó **lemondási szabályzatot** is fel kell tüntetniük (például hogy sor kerül-e a jegy árának visszatérítésére, vagy van-e lehetőség a jegy módosítására). Ez különösen akkor lényeges, ha a légi fuvarozó/utazási ügynök által a jegy lemondásáért a fogyasztónak felszámított adminisztrációs díjak összege megegyezik magának a jegynek a tényleges költségével. Ha a légitársaságok által felszámított lemondási díjak még magasabbak, mint a jegy ára, valószínűleg félrevezető, ha a kereskedő azt állítja, hogy lehetőség van lemondásra.

Továbbá az eljárások nem nehezíthetik meg **a már nem esedékes adók és illetékek visszaigénylését**. Ellenkező esetben ez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében vett szakmai gondosság hiányának, valamint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 8. és 9. cikke, illetve különösen 9. cikkének d) pontja értelmében vett agresszív gyakorlatnak minősülhet.

⁽⁴⁰⁵⁾ A Bíróság 2015. január 15-i ítélete, Air Berlin, C-573/13.

⁽⁴⁰⁶⁾ A Bíróság 2014. szeptember 18-i ítélete, Vueling, C-487/12, 36. pont.

⁽⁴⁰⁷⁾ Ugyanott, 40. pont.

⁽⁴⁰⁸⁾ Juzgado de lo Mercantil no 13 de Madrid – Juicio Verbal (250.2) 678/2019, 2019. október 24. Az ítélet a tisztességtelen szerződési feltételekről szóló jogszabályokon alapult.

Amennyiben a **légitársaság törli a járatot**, a légitársaságnak egyértelmű tájékoztatást kell nyújtania az utasok jogairól szóló 261/2004/EK rendelet értelmében fennálló utasjogokról, valamint a fogyasztó által követendő eljárásokról. Az erről szóló, időben és pontosan történő tájékoztatás elmulasztása a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében vett szakmai gondosság hiányát jelentheti, és ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében megtévesztőnek minősülhet. Például az alkalmazandó jogokra és eljárásokra vonatkozó tájékoztatásnak egyértelműnek kell lennie, és azonos hangsúlyt kell fektetni azokra a különböző jogszabályi lehetőségekre, amelyekkel az utas a járat késése/törzése esetén élhet. Időben és felhasználóbarát módon kell tájékoztatni az utast, például e-mailben vagy SMS-ben küldött hiperlink formájában.

Példa:

- 2017-ben több végrehajtó hatóság is válaszfizetések hozott, amikor egy légitársaság a **személyzeti és légi közlekedési sztrájkok** következtében tömegesen törölte járatait. Megállapítást nyert, hogy a légitársaság megtévesztő módon járt el, amikor tájékoztatta ugyan az utasokat a járat törésekről, de nem nyújtott teljes körű és megfelelő tájékoztatást a fogyasztók 261/2004/EK rendelet szerinti kártalanításhoz való jogáról. Több hatóság is felkérte a légitársaságot, hogy tájékoztassa a fogyasztókat a járat törések következtében fennálló jogairól és a követendő eljárásokról ⁽⁴⁰⁹⁾.
- A Bizottság 2020-ban további iránymutatást nyújtott az uniós utasjogokra vonatkozóan, valamint ajánlást adott ki a **Covid19-világjárvány** miatti tömeges járat törésekre válaszul kibocsátott utalványokról ⁽⁴¹⁰⁾. A légitársaság általi járat törés esetén a fuvarozó köteles visszatéríteni a jegy árát vagy átfoglalást biztosítani az utas számára. Az utalvány formájában történő visszatérítés az utas beleegyezésétől függ. Ha maguk az utasok döntenek úgy, hogy lemondanak utazásukról, a jegy árának (kézpénzben vagy utalvány formájában történő) visszatérítését a 261/2004/EK rendelet nem szabályozza, ezért az a légi fuvarozó feltételeitől függ ⁽⁴¹¹⁾.
- 2021-ben egy fogyasztóvédelmi hatóság összesen 8,4 millió EUR összegű bírságot szabott ki három légitársaságra a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a Covid19-világjárvánnyal összefüggésben történő megsértése miatt. Megállapítást nyert, hogy a légitársaságok megsértették a szakmai gondosságra vonatkozó szabályokat, amikor az utazási korlátozások feloldásának időszakában egészségügyi vészhelyzet miatt továbbra is törölték a járatokat, és utalványokat adtak ki, ahelyett, hogy felajánlották volna az utasoknak a jegyük árának visszatérítését. A hatóság azt is megállapította, hogy a légitársaságok megtévesztő információkkal szolgáltak és megtévesztő mulasztásokat követtek el, többek között olyan eljárások alkalmazásával, amelyek arra ösztönözték vagy kényszerítették a fogyasztókat, hogy a pénzben történő visszatérítés helyett utalványokat válasszanak. A megbírságolt légitársaságok némelyikéről az is megállapítást nyert, hogy további akadályokat gördített az utalványok birtokosai elé, például egy telefonszám felhívására kötelezték őket az utalványaik beváltása érdekében ⁽⁴¹²⁾.
- A fogyasztóvédelmi hatóságok fogyasztóvédelmi együttműködési hálózata 2021-ben összehangolt felmérést indított több légitársaság körében a Covid19-világjárvány alatti járat törési és visszatérítési gyakorlataik tekintetében, és azonosította a problémás ágazati gyakorlatokat. A fogyasztóvédelmi együttműködési hálózat különösen azt állapította meg, hogy a visszatérítést gyakran kevésbé kommunikálták a fogyasztóknak, mint az utalványokat, és a légitársaságok nem tájékoztatták proaktívan az érintett fogyasztókat a jogaikról, beleértve a 261/2004/EK rendeletben előírt tájékoztatást ⁽⁴¹³⁾.

A **jegyeken szereplő nevek helyesbítésével** kapcsolatos gyakorlatoknak átláthatónak és arányosnak kell lenniük, figyelembe véve az eset körülményeit. A gyakorlatok megtévesztő jellegével kapcsolatos aggályok mellett a további díjak kiszabása bizonyos esetekben különösen a 8. és 9. cikk szerinti agresszív gyakorlatnak minősülhet, például amikor a fogyasztót csak a repülőtéren, nem sokkal a járat indulása előtt tájékoztatják az ilyen díjakról. Ha a gyakorlat a szerződési feltételekből ered, alkalmazható lehet rá a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv (lásd az 1.2.4. szakaszt).

⁽⁴⁰⁹⁾ AGCM, PS10972 - Ryanair, 2018. május 29.; a Belga Gazdasági Felügyelet 2017. október 5-én hozott végzést.

⁽⁴¹⁰⁾ A Bizottság közleménye: Értelmező iránymutatás az utasok jogairól szóló uniós rendeletekhez a COVID-19-járvánnyal kapcsolatos helyzet alakulásával összefüggésben (C(2020) 1830 final) (HL C 891., 2020.3.18., 1. o.); a Bizottság (EU) 2020/648 ajánlása (2020. május 13.) a Covid19-világjárvánnyal összefüggésben törölt utazási csomagok és szállítási szolgáltatások visszatérítésének alternatívájaként az utasok és az utazók részére felkínált utalványokról (HL L 151., 2020.5.14., 10. o.).

⁽⁴¹¹⁾ Lásd még: Az Európai Számvevőszék 15/2021 különjelentése: A légi utasok jogai a Covid19-világjárvány idején: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_15/SR_passenger-rights_covid_HU.pdf

⁽⁴¹²⁾ AGCM, PS11865-PS11830-PS11821 – Ryanair, easyJet, Volotea, 2021. május 24., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2021/6/PS11865-PS11830-PS11821->

⁽⁴¹³⁾ Sajtóközlemény, 2021.6.28.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3283

Példa:

Egy fogyasztóvédelmi hatóság bírságot szabott ki egy légitársaságra, mert az büntetéssel sújtotta a fogyasztókat – amely kezdetben a már megvásárolt szolgáltatás igénybevételéhez szükséges új jegy, majd útvonalanként 50 euró megfizetéséből állt – az utas nevének a foglalás időpontjában történő téves megadása, különösen a középnevek vagy vezetéknevek kihagyása, illetve egyes betűk módosítása/hiánya miatt. A légitársaság nem nyújtott előzetes tájékoztatást a hiányos regisztráció következményeiről, és az eltérések egy része a légitársaság saját rendszerének tudható be, például korlátozott hely állt rendelkezésre az utasok valamennyi nevének/családnevének beillesztésére, vagy a közvetítők honlapjai és az elektronikus felületek nem feleltek meg egymásnak ⁽⁴¹⁴⁾.

4.3.5. A gépjárműkölsönzés sajátos kérdései

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv rendelkezései vonatkoznak mind az autókölcsönzési szolgáltatást nyújtó kereskedőkre, mind a közvetítőkre, például a foglalási vagy összehasonlító honlapokra. 2017-ben a Bizottság és a nemzeti hatóságok kezdeményezésére az uniós fogyasztóvédelmi joggal összhangban öt gépjárműkölsönző vállalat tett kötelezettségvállalást a következő gyakorlatokra vonatkozóan ⁽⁴¹⁵⁾:

- minden díj feltüntetése **a teljes foglalási árban**: a fogyasztók számára a honlapon elsődlegesen feltüntetett ár megegyezik a végső kifizetendő árral, és ez a díj minden további költséget tartalmaz, beleértve bizonyos üzemanyagdíjakat, repülőtéri díjakat, a „fiatal járművezető pótdíját” vagy az „egyirányú autóbérlés” díját, ha a visszavétel helye eltér a felvételi helytől,
- a **legfontosabb bérlési szolgáltatások** egyértelmű leírása **az általános szerződési feltételekben** minden nemzeti nyelven: különösen a kölcsönzés főbb jellemzői, például a **megtett kilométerek, az üzemanyaggal és a törléssel kapcsolatos feltételek, a letéti követelmények**, stb.
- az árajánlatban egyértelműen fel kell tüntetni a **választható extra szolgáltatások árát és részleteit**, különösen az egyes **mentesülési lehetőségeket**, amelyek alapján csökken a kár esetén fizetendő összeg, és főként az, hogy a gépjárművezetőnek mit kell még kifizetnie.

Az autókölcsönző cégek hagyományosan **teletankolt** járművet bocsátanak rendelkezésre, és **előírják a fogyasztók számára, hogy a gépjárművet a bérlést követően teletankolva juttassák vissza**. A fogyasztók azonban panaszt tettek, hogy egyes kereskedők a teletankolásért többletköltséget fizettetnek a jármű birtokba vételekor, majd azt várják el a fogyasztótól, hogy a gépkocsit üres tartállyal szállítsa vissza, de nem nyújtanak visszatérítést, ha a jármű visszaszállításakor még van üzemanyag a tartályban.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében – eseti értékelés mellett – az ilyen kereskedelmi gyakorlat **tisztességtelennek tekinthető**, ha a kereskedők nem feleltek meg az irányelv **6. és 7. cikkében foglalt tájékoztatási követelményeknek**. Amikor a gépkocsikölcsönző vállalatok teli tankkal adnak bérbe gépkocsikat, az arra vonatkozó tájékoztatás, hogy a fogyasztónak előre kell fizetnie az üzemanyagért, a 6. cikk (1) bekezdésének b) és d) pontja, a 7. cikk (1) bekezdése és a 7. cikk (4) bekezdésének a) és c) pontja alapján néhány esetben jelentős információnak tekinthető. A költség valószínűsíthetően **nem opcionálisnak** minősül, és ezért a termék teljes árának részét képezi az irányelv 6. cikke (1) bekezdésének d) pontja és 7. cikke (4) bekezdésének c) pontja értelmében, s erre vonatkozóan a foglalási folyamat megkezdése előtt tájékoztatást kell nyújtani.

Az a kereskedelmi gyakorlat, amely szerint a fogyasztóknak jelentősen több üzemanyagért kell fizetniük, mint amennyit ténylegesen elhasználtak, bizonyos körülmények között szintén ellentétes lehet a **szakmai gondosság** követelményével, amelyet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése tartalmaz.

Példa:

A bérlési idő hossza és a helyszín figyelembe vehető annak vizsgálatakor, hogy tisztességtelen-e felszámítani a fogyasztóknak a teli tank költségét. Például az, ha a járművet rövid időre veszik bérbe (például két-három napra) vagy a földrajzi hely (például a gépkocsit egy kis szigeten bérlik) valószínűleg nem teszi lehetővé, hogy a fogyasztó ki tudja üríteni a tankot.

⁽⁴¹⁴⁾ AGCM, PS11076 - Blue Panorama Airlines, 2019. május 31., <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/5/Blue-Panorama-Airlines-fined-one-million-euro>

⁽⁴¹⁵⁾ Sajtóközlemény, 2017. január 19.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_17_86 Lásd még a nyomon követésről szóló, 2019. március 25-i sajtóközleményt: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_19_1790.

A 6. cikk (1) bekezdésének b) és d) pontja, valamint a 7. cikk (4) bekezdésének a) és c) pontja értelmében a fogyasztókat egyértelműen tájékoztatni kell a **kölcsönzési szolgáltatás lényeges tulajdonságairól és áráról**. A gépjárműkölcsönzési szerződés lényeges tulajdonságai és ára kiterjedhetnek például a gépkocsi típusára, költségeire, a joglemondás és többletek mértékére, valamint az esetleges lehetőségekre (például téli gumik és gyerekekülés).

Példa:

- Megtévészto lehet, ha a kereskedő azt állítja, hogy „nincs felelősség”, ha kár esetén valójában mindig a fogyasztónak kell valamilyen többletet fizetnie, még ha csak kis összeget is.
- Megtévészto lehet azt állítani, hogy „teljes körű biztosítással”, ha például a biztosítás nem fedezi a tetőt vagy szélvédőt ért károkat.

A gépkocsikölcsönző társaságoknak **sajátos nemzeti vagy helyi előírásokat** is figyelembe kell venniük.

Példa:

A nemzeti jog előírhatja, hogy télen valamennyi járművet téli gumiabronccsal kell felszerelni. Ebben a tagállamban a téli időszak alatt gépkocsikölcsönzést kínáló társaságoknak ezért téli gumiabronccsal felszerelt járműveket kell biztosítaniuk. Ha a téli gumiabroncsok plusz költséggel járnak, a fogyasztókat a foglalási folyamat kezdetén tájékoztatni kell erről a nem opcionális költségről.

4.3.6. Különösen az utazásfoglalási honlapokra vonatkozó kérdések

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nemcsak az utazási szolgáltatást kínáló kereskedőkre alkalmazandó, hanem a közvetítőkre, például az utazásfoglalási honlapokra ⁽⁴¹⁶⁾ is, amelyeknek meg kell felelniük az előző szakaszokban említett kulcsfontosságú rendelkezéseknek. A fogyasztóknak jelentős információkat kell kapniuk a kereskedő személyazonosságáról, elérhetőségéről, az alkalmazandó lemondási szabályokról és az utazásbiztonság alapvető szempontjairól, például arról, hogy a turisztikai szálláshelyek rendelkeznek-e füst- és szén-monoxid-érzékelőkkel, vagy hogy a személyszállítási szolgáltatásokat megfelelően ellenőrzött és biztosított járművekkel kínálják-e.

2019-ben a Bizottság és a nemzeti hatóságok kezdeményezésére az uniós fogyasztóvédelmi joggal összhangban az **Airbnb** kötelezettségvállalást tett a következő gyakorlatokra vonatkozóan ⁽⁴¹⁷⁾:

- a **találati oldalon a teljes ár** jelenik meg, az alkalmazandó kötelező díjakkal és illetékekkel (például szolgáltatási díjak, takarítási díjak és helyi adók) együtt,
- egyértelműen feltünteti, hogy az adott szállást **magán- vagy hivatásos szállásadó** kínálja-e,
- az **online vitarendezési platformra** ⁽⁴¹⁸⁾ mutató, könnyen hozzáférhető linket helyez el a honlapján, valamint feltünteti a szükséges vitarendezési információkat,
- egyértelművé teszi, hogy a fogyasztók a **lakóhelyük szerinti ország bíróságához fordulhatnak**, és elismeri, hogy a felhasználóknak joguk van **beperelni a szállásadót** személyes vagy egyéb kár esetén,
- vállalja, hogy **nem változtatja meg egyoldalúan a feltételeket** anélkül, hogy erről előzetesen és egyértelműen tájékoztatná a fogyasztókat és lehetőséget adna számukra a szerződés felmondására.

2020-ban a Bizottság és a nemzeti hatóságok kezdeményezésére az uniós fogyasztóvédelmi joggal összhangban a **Booking** és az **Expedia** kötelezettségvállalást tett a következő gyakorlatokra vonatkozóan ⁽⁴¹⁹⁾:

- az **árcsökkentések és árengedmények egyértelmű bemutatásának** biztosítása, beleértve azt is, hogy a különböző tartózkodási időpontokra számított árakat nem kedvezményes árként tüntetik fel (például áthúzással vagy „% kedvezmény kifejezéssel”), valamint annak egyértelművé tétele, hogy az alacsonyabb árak csak a **hűségprogramok** tagjai számára érhetők el,

⁽⁴¹⁶⁾ Egy 2020. évi bizottsági tanulmány megvizsgálta az utazásfoglalási honlapok üzleti modelljeit, különösen a hirdetési és marketing gyakorlatait, valamint az ilyen gyakorlatoknak a fogyasztók döntéshozatalára gyakorolt hatását. Európai Bizottság, Behavioural study on advertising and marketing practices in travel booking websites and apps (Viselkedéstanulmány az utazásfoglalási honlapokon és applikációkban megfigyelhető hirdetési és marketing gyakorlatokról), 2020. augusztus 11., <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d79a2522-ddd4-11ea-adf7-01aa75ed71a1>

⁽⁴¹⁷⁾ Sajtóközlemény, 2019. július 11.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_19_3990; a fogyasztóvédelmi együttműködési hatóságok közös álláspontja: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/final_common_position_on_airbnb_ireland_4.6.2018_en_002.pdf

⁽⁴¹⁸⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr>

⁽⁴¹⁹⁾ Sajtóközlemény, 2020. december 18.: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

- annak egyértelművé tétele, hogy a szállásadók által **fizetett összegek** mikor **befolyásolták a rangsorolásukat a keresési találatokban**, valamint a keresési eredményekben **a keresési feltételeknek megfelelő** információk feltüntetése (például ha a találatok olyan szállodákat mutatnak, amelyek a megadott időpontokban nem állnak rendelkezésre, akkor azokat megfelelő módon kell feltüntetni),
- **a látogatók számára és az elérhetőségről** szóló állítások egyértelmű megjelenítése, beleértve a releváns pontosításokat is, például „korlátozott számú szoba ezen a honlapon” vagy „ugyanabban az időpontban”,
- nem mutatnak be tévesen **egy ajánlatot korlátozottan elérhetőként**, ha az ajánlat a későbbiekben is elérhető lesz ugyanazon az áron,
- nem korlátozzák vagy zárják ki teljesen **a szerződéses kötelezettségek teljesítésével kapcsolatos felelősséget**, és nem rónak általános és abszolút kötelezettséget a fogyasztóra az összes lehetséges kockázat vállalása tekintetében.

4.4. Pénzügyi szolgáltatások és ingatlanok

3. cikk (9) bekezdés

A 2002/65/EK irányelvben meghatározott pénzügyi szolgáltatásokra és az ingatlanokra vonatkozóan a tagállamok megállapíthatnak olyan követelményeket, amelyek megszorítóbbak vagy szigorúbbak ezen irányelvvel az általa közelített területen.

(9) preambulumbekkezdés

„A pénzügyi szolgáltatások és az ingatlantulajdon – összetettségük miatt fogva és a bennük rejlő komoly kockázatok miatt – részletes előírásokat tesznek szükségessé, beleértve a kereskedőkre vonatkozó pozitív kötelezettségeket. Ezért a pénzügyi szolgáltatások és az ingatlantulajdon területén ez az irányelv nem érinti a tagállamok azon jogát, hogy a fogyasztóik gazdasági érdekeinek védelmében meghaladják ezen irányelv rendelkezéseit”.

4.4.1. Több területet érintő kérdések

Az irányelv 3. cikke (9) bekezdésének magyarázatában a Bizottság a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazásáról szóló 2013. évi jelentésében ⁽⁴²⁰⁾ megjegyezte, hogy:

„A legfontosabb indokok az alábbiak: a pénzügyi szolgáltatásokkal és az ingatlanokkal kapcsolatos magasabb pénzügyi kockázatok (más áruhoz és szolgáltatásokhoz képest); a fogyasztók különleges járatlansága ezeken a területeken (amihez az átláthatóság hiánya társul, kiváltképpen a pénzügyi műveletek esetében); a mindkét szektorra jellemző különleges kiszolgáltatottság, ami fogékonytá teszi a fogyasztókat az értékesítés-ösztönző gyakorlatok és nyomásgyakorlás iránt; az illetékes pénzügyi jogalkalmazó szervek tapasztalatai a nemzeti szinten kialakított rendszerrel; és végezetül maguknak a pénzügyi piacoknak a működése és stabilitása.”

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (9) bekezdéséből következik, hogy szabályai csak a pénzügyi szolgáltatások és ingatlanok tekintetében rendelkeznek **minimális szintű harmonizációról**. A tagállamok ezért megszorítóbb vagy szigorúbb nemzeti szabályokat fogadhatnak el, amennyiben e szabályok megfelelnek az uniós jognak.

A Citroën Belux ügyben a Bíróság úgy ítélkezett, hogy a tagállamok általánosan tilthatják a fogyasztóknak tett kapcsolt ajánlatokat, amennyiben az ajánlat **legalább egyik eleme pénzügyi szolgáltatás** ⁽⁴²¹⁾. Ebben az ügyben a Citroën kapcsolt ajánlata egy hat hónapos ingyenes casco biztosítás volt minden új Citroën gépkocsi vásárlásakor. A Bíróság továbbá tisztázta, hogy a 3. cikk (9) bekezdése

„[...] nem szab semmilyen határt a nemzeti szabályok által e tekintetben előírt korlátozások mértékét illetően, és nem rendelkezik az összetettség és a kockázatoság azon fokát érintő kritériumokról, amellyel az említett szolgáltatásoknak kell rendelkezniük annak érdekében, hogy a szigorúbb szabályok legyenek alkalmazandók rájuk.” ⁽⁴²²⁾

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a pénzügyi szolgáltatásokra és az ingatlanokra való alkalmazásáról szóló bizottsági tanulmány ⁽⁴²³⁾ rámutatott arra, hogy **a tagállamok széles körben alkalmazzák a**

⁽⁴²⁰⁾ Lásd az alábbi dokumentum 3.4.3. szakaszát: A Bizottság jelentése az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak és az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak, A 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv („A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv”) alkalmazásáról szóló első jelentés (COM(2013) 139 final).

⁽⁴²¹⁾ A Bíróság 2013. július 18-i ítélete, Citroën Belux NV kontra Federatie voor Verzekerings- en Financiële Tussenpersonen (FvF), C-265/12, 19–23. pont.

⁽⁴²²⁾ Ugyanott, 25. pont.

⁽⁴²³⁾ Európai Bizottság, Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property (Tanulmány a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvnek a pénzügyi szolgáltatásokra és az ingatlanokra való alkalmazásáról) (2011), <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5550d564-65af-47c8-b7e4-a44020ad4a78>.

kivételt. A tanulmány feltárja, hogy e kiegészítő szabályok többsége ágazatspecifikus, szerződéskötést megelőző és szerződéses tájékoztatási kötelezettségekből áll⁽⁴²⁴⁾. Azt is megállapította, hogy a tilalmak jelentős része túlnyomórészt a közvetlen értékesítési és eladásösztönzési gyakorlatokat érinti⁽⁴²⁵⁾, illetve az olyan gyakorlatokra vonatkozik, amelyek a kiszolgáltatottságot használják ki⁽⁴²⁶⁾ vagy az összeférhetetlenség megelőzésére irányulnak⁽⁴²⁷⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazásáról szóló bizottsági jelentés rámutatott arra, hogy bár a nemzeti szabályozás kiterjedt, a pénzügyi szolgáltatások és ingatlanok terén megfigyelhető tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos esetek legalább felében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet használják jogalként⁽⁴²⁸⁾.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **szakmai gondosság követelményével foglalkozó 5. cikke (2) bekezdésének a) pontja** különösen relevánsnak tűnik a fogyasztókkal szemben az ingatlanok és pénzügyi szolgáltatások területén eljáró kereskedők tekintetében⁽⁴²⁹⁾. Ha a kereskedő nem a kereskedelmi tevékenység e területein a szakemberektől észszerűen elvárható szakismeret és gondosság normái szerint jár el, annak a fogyasztó számára **komoly gazdasági következménye lehet**.

A pénzügyi szolgáltatások⁽⁴³⁰⁾ és ingatlanok vonatkozásában is a leggyakrabban jelentett tisztességtelen gyakorlat (a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében) **a jelentős információk hiánya a reklámozási szakaszban**, valamint **a termékek megtevesztő leírása**⁽⁴³¹⁾. Előfordulhat, hogy az online ajánlatok nem tartalmaznak információkat a fogyasztói hitel jelentős tulajdonságairól, vagy az eredetileg megjelenített hitelköltségek nem tartalmaznak valamennyi díjat, vagy nem világos, érthető és egyértelmű módon tartalmazzák azokat, amint azt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1), (2) és (4) bekezdése előírja⁽⁴³²⁾. Ezek a gyakorlatok más fogyasztóvédelmi jogszabályok, különösen a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló irányelv és a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelv megsértését is magukban foglalhatják.

4.4.2. Az ingatlanok sajátos kérdései

Miközben az ingatlanok szabályozása hagyományosan nemzeti szinten történik, néhány lényeges szempontot – 2016 márciusa óta – uniós szinten szabályoznak⁽⁴³³⁾. **A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános szabályai jellemzően kiegészítik az ágazatspecifikus uniós jogot, valamint a nemzeti – néha szigorúbb – szabályokat is.**

Az irányelv alkalmazásának van néhány, kifejezetten erre az ágazatra vonatkozó kérdése. Valójában sok fogyasztó fektet be ingatlanba a nyugdíjalapok alternatívájaként. Ingatlant vásárolnak azért, hogy kiadják, és bérleti díjat kapjanak kamat helyett, amit akkor kapnának, ha pénzügyi termékbe fektetnének be. Ez felveti annak kérdését, hogy **a „fogyasztó” fogalma miként vonatkozik az ingatlant vásárlókra.**

⁽⁴²⁴⁾ Például a pénzügyi szolgáltatások tekintetében a bankszektorra (például biztosítékkal fedezett hitel nyújtása harmadik személy számára Németországban vagy pénzváltási szolgáltatások hirdetése Spanyolországban), a befektetési szolgáltatásokra, a biztosításra vagy a pénzügyi közvetítőkre vonatkozó különleges tájékoztatási követelmények. Ingatlanok esetében a tájékoztatási követelmények az ingatlan megvásárlására, magára az ügyletre, az ingatlanközvetítőre és az építési szerződésekre terjednek ki.

⁽⁴²⁵⁾ Például a „cold calling” (hideghívások), a kértetlen e-mailek, a jelzáloghitelek hálázó kereskedelmének tilalma, Ausztriában annak a tilalma, hogy az ingatlanközvetítő jogcím nélkül pénz tartson vissza, Hollandiában a pénzhitel hálázó kereskedelmének, Belgiumban és Franciaországban a kapcsolt ajánlatoknak a tilalma.

⁽⁴²⁶⁾ Például a legtöbb tagállamban az üzorahitelezés tilalma, Franciaországban annak a tilalma, hogy a fogyasztó pénzügyi helyzetére vonatkozó igazoló dokumentumok nélküli kölcsönnyújtási lehetőséget reklámozzanak, Ausztriában annak a tilalma, hogy a jogi képviselő előzetes hozzájárulása nélkül bocsássonak ki bankkártyát kiskorúak számára.

⁽⁴²⁷⁾ Például Dániában annak a tilalma, hogy a bankok finanszírozzák saját részvényeik ügyfelek általi megvásárlását; Franciaországban annak megakadályozását tiltják meg a bankok számára, hogy ügyfeleik másik hitelbiztosítót vegyenek igénybe (nem pedig a bank által kínált hitelbiztosítót), amennyiben az hasonló szintű garanciát nyújt.

⁽⁴²⁸⁾ A jelzáloghitelek tekintetében a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 2014/17/EU irányelv (a jelzáloghitel-irányelv) különleges szabályokat vezetett be a fogyasztóknak történő hitelnyújtáskor folytatott üzleti magatartásra (a jelzáloghitel-irányelv 7. cikke), valamint a hitelezők árukapcsolási és csomagban történő értékesítési gyakorlatára (a jelzáloghitel-irányelv 12. cikke) vonatkozóan.

⁽⁴²⁹⁾ A jelzáloghitelekkel kapcsolatban lásd még a jelzáloghitel-irányelv (2014/17/EU irányelv) különleges szabályait a fogyasztóknak történő hitelnyújtáskor folytatott üzleti magatartásról (a jelzáloghitel-irányelv 7. cikke), a tanácsadói szolgáltatásokra vonatkozó előírásokról (a jelzáloghitel-irányelv 22. cikke), továbbá a termékfelügyeletről és -irányításról szóló EBH-iránymutatásokat: <https://www.eba.europa.eu/guidelines-on-product-oversight-and-governance-arrangements-for-retail-banking-products>

⁽⁴³⁰⁾ A lakossági pénzügyi szolgáltatások tekintetében lásd még az EBH fogyasztói tendenciákról szóló jelentését (Consumer Trends Report), amely a következő internetes oldalon érhető el: <https://www.eba.europa.eu/eba-assesses-consumer-trends-20202021>, továbbá a jelzáloghitel-irányelv bizottsági értékelését, amely a következő internetes oldalon érhető el: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e4a1db26-2f94-11eb-b27b-01aa75ed71a1>.

⁽⁴³¹⁾ COM(2013) 139 final, 3.4.3. szakasz.

⁽⁴³²⁾ A Bizottság és a fogyasztóvédelmi együttműködésért felelős hatóságok 2021-ben összehangoltan ellenőriztek 118 olyan honlapot, amely a fogyasztói hitelek online reklámozását vagy közvetlen szerződéses felajánlását tartalmazta. A további vizsgálatra megjelölt honlapok 45 %-ánál felmerült a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv esetleges megsértése. https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en#2021-mini-sweep-on-consumer-credit

⁽⁴³³⁾ A 2014/17/EU irányelv (jelzáloghitel-irányelv).

Az irányelv 2. cikke a) pontja értelmében minden természetes személy, aki **kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el**, fogyasztónak minősül. Következésképpen az, hogy egy természetes személy befektetési célú ingatlant vásárol, nem befolyásolja fogyasztói státuszát, **amennyiben ezt az illető személy a szakmai tevékenységén kívül teszi**. Ezért az irányelv alkalmazandó, és megvédi például azt a vevőt, akit a vásárlás során az ingatlanfejlesztő félrevezet.

Példa:

Egy németországi tanár úgy dönt, hogy Spanyolországban egy üdülő komplexumban vásárol két lakást, hogy másoknak kiadja őket, és később Spanyolországban vonuljon nyugdíjba. Mindaddig, amíg ezt szakmai tevékenységén kívül teszi, az irányelv értelmében a Spanyolországban lévő lakásai tekintetében fogyasztónak minősül.

A „kereskedő” fogalma a főbérelőket is magukban foglalhatja. Az irányelv 2. cikke b) pontja értelmében az a természetes vagy jogi személy minősül kereskedőnek, aki **kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el**. Következésképpen egy személy attól, hogy valaki másnak bérbe ad egy lakást vagy házat, még nem válik automatikusan kereskedővé a bérletével szemben. Másrészt viszont, ha egy személy jövedelmének jelentős része lakások bérbeadásából származik, az illető személy bizonyos körülmények között a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerinti kereskedőnek minősülhet (lásd még a kereskedő fogalmáról szóló 2.2. szakaszt).

Végezetül, ingatlan vásárlásakor a fogyasztók által meghozott döntés jelentősége és egyedisége miatt a kereskedőknek különösen ügyelniük kell arra, hogy eleget tegyenek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv **6. és 7. cikkében foglalt tájékoztatási követelményeknek**. A szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvvel összefüggésben a Bíróság hangsúlyozta a családi otthon mint alapvető jog fontosságát ⁽⁴³⁴⁾.

Példa:

- Adott ingatlanfejlesztési projekteknél lakásokat vásárló fogyasztók azt vették észre, hogy miután az épületek elkészültek, a lakásokat sem a vízellátó-, sem a villamosenergia-rendszerbe nem kötötték be. Az erre vonatkozó tájékoztatás valószínűleg jelentős információnak minősül a „termék lényeges tulajdonságai” vonatkozásában a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja és 7. cikke (4) bekezdésének a) pontja értelmében egyaránt. Az, hogy a lakások a rendszerekbe történő bekötése kiegészítő szolgáltatást igényel, szintén jelentős lehet a 6. cikk (1) bekezdésének e) pontja szerint.
- Egy ingatlan alapterülete a 6. cikk (1) bekezdésének a) és b) pontja és a 7. cikk (4) bekezdésének a) pontja értelmében jelentős információnak minősülhet.
- Egy ingatlan ára, amely a héát és az összes elkerülhetetlen költséget, például az értékesítő vagy ügynök jutalékát is tartalmazza, a 7. cikk (4) bekezdésének c) pontja értelmében jelentős információ.

4.4.3. A pénzügyi szolgáltatások sajátos kérdései

Mivel ebben az ágazatban számos uniós ágazati jogszabály létezik, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv „biztonsági háló” jellege itt különösen nyilvánvaló ⁽⁴³⁵⁾.

A 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽⁴³⁶⁾ megfogalmazásában a pénzügyi szolgáltatás „bármely banki, hitel-, biztosítási, magán-nyugdíjpénztári, befektetési vagy fizetéssel kapcsolatos szolgáltatás” ⁽⁴³⁷⁾. A pénzügyi szolgáltatások terén több különböző típusú ágazati uniós jogszabály bír jelentőséggel a fogyasztóvédelem vonatkozásában. Példák lehetnek erre:

- a pénzügyi eszközök piacairól szóló 2014/65/EU irányelv (MiFID 2),

⁽⁴³⁴⁾ Lásd például a C-415/11. sz. Aziz ügyben hozott ítélet 61. pontját és a C-34/13. sz. Kusionova ügyben hozott ítélet 64. pontját.

⁽⁴³⁵⁾ A jelzőhitelezési irányelv 12. cikke tiltja az árukapcsolást. Ezenkívül néhány friss uniós jogszabály konkrét rendelkezéseket tartalmaz a keresztértékesítési gyakorlatokat illetően a fizetési számlák (lásd a fizetési számlákhoz kapcsolódó díjak összehasonlíthatóságáról, a fizetési számla-váltásról és az alapszintű fizetési számla nyitásáról, illetve használatáról szóló 2014/92/EU irányelv 8. cikkét) és befektetési szolgáltatási tevékenység (lásd a pénzügyi eszközök piacairól szóló 2014/65/EU irányelv 24. cikkének (11) bekezdését) vonatkozásában. A biztosítási értékesítésről szóló, 2016. január 20-i (EU) 2016/97 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 26., 2016.2.2., 19. o.) továbbá szabályokat tartalmaz a távértékesítésre vonatkozóan.

⁽⁴³⁶⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 2002/65/EK irányelve (2002. szeptember 23.) a fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítésével történő forgalmazásáról, valamint a 90/619/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK irányelv és a 98/27/EK irányelv módosításáról (HL L 271., 2002.10.9., 16. o.);

⁽⁴³⁷⁾ A fogyasztói pénzügyi szolgáltatások távértékesítésével történő forgalmazásáról szóló 2002/65/EK irányelv 2. cikkének b) pontja.

- a pénzforgalmi szolgáltatásokról szóló (EU) 2015/2366 irányelv,
- a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 2008/48/EK irányelv,
- a lakóingatlanokhoz kapcsolódó fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 2014/17/EU irányelv,
- a fizetési számlákhoz kapcsolódó díjak összehasonlíthatóságáról, a fizetésszámla-váltásról és az alapszintű fizetési számla nyitásáról, illetve használatáról szóló 2014/92/EU irányelv,
- a biztosítási értékesítésről szóló (EU) 2016/97 irányelv,
- a kártyaalapú fizetési műveletek bankközi jutalékairól szóló (EU) 2015/751 európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽⁴³⁸⁾;
- a lakossági befektetési csomagtermékekkel, illetve biztosítási alapú befektetésekkel kapcsolatos kiemelt információkat tartalmazó dokumentumokról szóló 1286/2014/EU rendelet.

A pénzügyi szolgáltatási termékeket gyakran nehéz megérteni, és jelentős gazdasági kockázatokat hordozhatnak, ezért a kereskedőknek különösen ügyelniük kell arra, hogy a kereskedelmi tevékenység e területein a szakemberektől észszerűen elvárható szakismeret és gondosság normái szerint járjanak el vö. **a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikk (2) bekezdésének a) pontjával.**

Példa:

A fogyasztói hitelekéről szóló irányelv 5. cikkének (6) bekezdése értelmében a hitelezőknek és adott esetben a hitelközvetítőknek megfelelő magyarázattal kell szolgálniuk a fogyasztók számára, hogy a fogyasztók értékelhessék, hogy a javasolt hitelmegállapodás megfelel-e az igényeik és pénzügyi helyzetük szempontjából, adott esetben a fogyasztói hitelekéről szóló irányelv 5. cikkének (1) bekezdésével összhangban a szerződéskötést megelőzően nyújtandó információk, a javasolt termékek lényeges tulajdonságai, valamint e tulajdonságok által a fogyasztóra gyakorolt esetleges konkrét hatások – többek között a fogyasztó nemfizetése következményeinek – magyarázatával.

A kereskedők továbbá nem folytathatnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. és 7. cikkében meghatározott **megtévesztő gyakorlatokat**, például az alábbiakat:

- a teljes hiteldíjmutatóra (THM) és a hitel költségére vonatkozó információk hiánya a hirdetésben,
- alacsony kamatozású hitelszerződések megkötésére vonatkozó megtévesztő ajánlatok,
- a szerződés aláírásával kapcsolatos jogi kötelezettségekre vonatkozó megfelelő tájékoztatás hiánya.

Példa:

- A kereskedők nem túlozhatják el a gazdasági előnyöket, nem hagyhatják ki a fogyasztók számára jelentett pénzügyi kockázatokra vonatkozó információkat, és nem hagyatkozhatnak túlzott mértékben a pénzügyi termék múltbeli teljesítményére.
- Egy pénzügyi termék 6. cikk (1) bekezdésének b) pontjának és 7. cikk (4) bekezdésének a) pontjának értelmében vett lényeges tulajdonságai tartalmazhatnak arra vonatkozó információt, hogy a pénzügyi termék kiszámítása nem a szerződéskötés szerinti ország pénznemben történik.⁽⁴³⁹⁾
- A 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja és a 7. cikk (4) bekezdésének c) pontja értelmében a díjak és költségek bemutatásának és kiszámításának tartalmaznia kell a fogyasztó részéről felmerült összes költséget, például az ügynökök vagy közvetítők díjához vagy a hiteltúllépés költségeihez kapcsolódó szolgáltatás díjainak megadásával. A díjak és költségek bemutatásának és számításának emellett egyértelműen tükröznie kell, hogy egy adott alacsony kamatláb és/vagy díj csak korlátozott ideig érvényes.

A **8. és 9. cikk** meghatározza az **agresszív kereskedelmi gyakorlatok** vizsgálatának kritériumait. Mindenekelőtt az irányelv **I. mellékletének 27. pontja** hivatkozik egy, a pénzügyi szolgáltatások terén folytatott agresszív kereskedelmi gyakorlatra, amely **minden körülmények között tisztességtelennek** minősül.

I. MELLÉKLET 27. pont

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

⁽⁴³⁸⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/751 rendelete (2015. április 29.) a kártyaalapú fizetési műveletek bankközi jutalékairól (HL L 123., 2015.5.19., 1. o.).

⁽⁴³⁹⁾ Devizahitelek esetében a jelzáloghitel-irányelv (2014/17/EU irányelv) 23. cikke egyedi szabályokat ír elő a fogyasztók által viselt devizaárfolyam-kockázat korlátozására.

Példa:

- Bizonyos körülmények között a váltás akadályai ⁽⁴⁴⁰⁾agresszív kereskedelmi gyakorlatnak minősíthetők, és ezért tisztességtelenek a 9. cikk d) pontja értelmében ⁽⁴⁴¹⁾.
- A biztosítási ágazatban az I. melléklet 27. pontját alkalmazták olyan helyzetekre, amikor a biztosítók oly módon utasították el a kárigény kifizetését, hogy olyan dokumentumok bemutatására kötelezték a kártérítési igényt érvényesíteni kívánó fogyasztókat, amelyek az igény érvényességének megítélése szempontjából észszerűen nem tekinthetők irányadónak. Ezekben az esetekben a kereskedők rendszeresen válasz nélkül hagyták a tárgyra vonatkozó leveleket, hogy visszatartsák a fogyasztókat a szerződéses jogaik érvényesítésétől.

A nemzeti hatóságok gyakran alkalmazták a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet a pénzügyi szolgáltatások területén.

Példa:

Egy nemzeti hatóság bírósági eljárást kezdeményezett olyan bankokkal szemben, amelyek megtévesztő tájékoztatást nyújtottak az egyes pénzügyi termékekben, nevezetesen a Lehman Brothers kötvényekben rejlő kockázatokat illetően ⁽⁴⁴²⁾. Amikor a hatóságok azt mérlegelték, hogy a szóban forgó gyakorlatok megtévesztőek voltak-e, figyelembe vették, hogy a bank e kötvények értékesítésével az ilyen pénzügyi termékeket nem ismerő egyszerű folyószámla-tulajdonosokat célozta meg.

⁽⁴⁴⁰⁾ A fizetési számlákhoz kapcsolódó díjak összehasonlíthatóságáról, a fizetésszámla-váltásról és a fizetési számla nyitásáról szóló 2014/92/EU irányelv a pénzforgalmi szolgáltatók által követendő külön eljárást vezet be (10. cikk), és előírja számukra, hogy tájékoztassák a fogyasztókat a számlaváltási szolgáltatásokról (14. cikk).

⁽⁴⁴¹⁾ Ugyanebben a témában lásd a pénzügyi szolgáltatások és termékek váltásáról szóló FISMA-tanulmányt, amely a következő internetes oldalon érhető el: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a11e1d38-2562-11eb-9d7e-01aa75ed71a1/language-en>

⁽⁴⁴²⁾ A Fejlesztési Minisztérium Fogyasztói Főigazgatóságának Fogyasztóvédelmi Igazgatósága 2009. március 27-én 1 000 000 EUR összegű bírságot vetett ki a Citibank PLC, Athens-ra.

MELLÉKLET

**Az ebben a közleményben említett bírósági ügyek jegyzéke
(az ítélet évének megfelelő sorrendben)**

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
2009		
A C-261/07. sz. Total Belgium és a C-299/07. sz. Galatea BVBA egyesített ügyek	— Az irányelv teljes harmonizációs jellegével ellentétés az olyan nemzeti szabályozás, amely általános tilalmat ír elő a kapcsolt ajánlatokra, még akkor is, ha az ilyen nemzeti szabályozás magasabb szintű fogyasztóvédelmet biztosít. — A tagállamok csak az irányelv I. mellékletében felsorolt gyakorlatok tekintetében írhatnak elő általános tilalmat a konkrét körülmények figyelembevétele nélkül.	1.1. Tárgyi hatály
2010		
A C-304/08 sz. Plus Warenhandelsgesellschaft ügy	— Az irányelv széles tárgyi hatállyal rendelkezik, beleértve a fogyasztókat is érintő versenyellenes gyakorlatok korlátozására irányuló nemzeti jogszabályokat. — Az irányelvvel ellentétés az olyan kereskedelmi gyakorlatok általános tilalma, amelyek értelmében a fogyasztóknak a nyeremény- vagy lottójátékban való részvételét áruk vásárlásától vagy szolgáltatások igénybevételétől teszik függővé, mivel az ilyen gyakorlatok nem szerepelnek az irányelv I. mellékletében.	1.1. Tárgyi hatály
A C-540/08. sz. Mediaprint ügy	— Az irányelvvel ellentétés a bónusszal történő eladásra vonatkozó általános nemzeti tilalom, amelynek célja többek között a fogyasztók védelme.	1.1. Tárgyi hatály
A C-522/08 sz. Telekom. Polska ügy	— Az irányelvvel ellentétés az olyan nemzeti szabályozás, amely bizonyos kivételektől eltekintve és a sajátos körülmények figyelembevétele nélkül általános tilalmat ír elő az eladó által a fogyasztónak tett kapcsolt ajánlatokra. — Ez akkor is így van, ha a keretirányelv és az egyetemes szolgáltatási irányelv alapján megengedett az ilyen nemzeti szabályozás.	1.1. Tárgyi hatály
2011		
A C-122/10 sz. Ving Sverige ügy	— Ahhoz, hogy egy kereskedelmi kommunikációt vásárlásra való felhívásnak lehessen minősíteni, nem szükséges, hogy tartalmazzon tényleges vásárlási lehetőséget, vagy hogy a termék közelében legyen feltüntetve és egyúttal ilyen lehetőségnek tűnjön. — A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem zárja ki „alsó árak” feltüntetésének alkalmazását, amennyiben a végső árat nem lehet „előre észszerűen kiszámítani”.	2.9.4. Ténybeli körülmények és a használt kommunikációs eszköz korlátai 2.9.5. Jelentős információk a vásárlásra való felhívásban – 7. cikk (4) bekezdés

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
	— Egy termék lényeges tulajdonságaira vonatkozó információk azon körét, amelyet a vásárlásra való felhívásban közölni kell, az adott felhívás összefüggésében, a termék jellege és tulajdonságai, valamint az alkalmazott kommunikációs eszköz alapján kell vizsgálni.	
A C-288/10. sz. Wamo ügy	— A kiadás előtti időszakban történő árcsökkentést tiltó nemzeti szabályok nem egyeztethetők össze az irányelvvel, ha azok célja a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme.	1.1. Tárgyi hatály
A C-126/11. sz. Inno ügy	— A nemzeti rendelkezés nem tartozik az irányelv hatálya alá, „ha az eljáró bíróság érvelése alapján kizárólag az a célja, hogy szabályozza a versenytársak közötti kapcsolatokat, és nem az, hogy védje a fogyasztókat”.	1.1. Tárgyi hatály
2012		
A C-428/11 sz. Purely Creative ügy	— Az I. melléklet 31. pontja tilt minden olyan gyakorlatot, amelynek során a nyeremény érvényesítése ahhoz a feltételhez kötött, hogy a fogyasztó pénzt fizessen vagy költségek viselését vállalja. — Az ilyen gyakorlatok akkor is tilosak, ha a fogyasztó többféle módon is hozzájuthat a nyereményhez, akár ingyenesen is. — Nincs jelentősége annak, hogy milyen költséggel jár a nyeremény igénylése, mivel ez a gyakorlat szerepel az I. mellékletben, és ezért az irányelvnek az a célja, hogy elkerülje az egyes esetek egyedi körülményeinek nehéz értékelését, ahogy azt a nyeremény értékének és a nyereményigénylés költségének összehasonlításakor meg kellene tenni.	3.8. Nyeremények – 31. pont
A C-559/11 sz. Pelckmans Turnhout ügy	— A Bíróság megállapította, hogy az üzletek heti hét napon keresztül történő nyitvatartását tiltó nemzeti rendelkezés kizárólag a forgalmazás területén tevékenykedő dolgozók és munkavállalók érdekeinek védelmére irányul, és nem célja a fogyasztók védelme.	1.1. Tárgyi hatály
A C-453/10. sz. Pereničová és Perenič ügy	— A szerződési feltételekben megadott hibás információ „megtévesztőnek” minősül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében, ha ténylegesen vagy valószínűsíthetően arra készteti az átlagfogyasztót, hogy olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.	1.2.4. Kölcsönhatás a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvvel
2013		
A C-206/11. sz. Köck ügy	— A végkiadások meghirdetését kizárólag az illetékes közigazgatási hatóság engedélye mellett megengedő nemzeti jogszabályoknak a célja a fogyasztók védelme, és nem kizárólagosan a versenytársak és egyéb piaci szereplők védelme.	1.1. Tárgyi hatály

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
A C-435/11. sz. CHS Tour Services ügy	— Ha egy kereskedelmi gyakorlat megfelel a fogyasztóval szemben folytatott megtévesztő gyakorlatnak való minősítésre vonatkozóan a 6. cikk (1) bekezdésében foglalt összes kritériumnak, nem szükséges megvizsgálni, hogy az a gyakorlat a szakmai gondosságra vonatkozóan az 5. cikk (2) bekezdésének a) pontjában meghatározott követelménnyel is ellentétes-e.	2.7. 5. cikk – Szakmai gondosság
A C-59/12. sz. BKK Mobil Oil ügy	— A közérdekű feladattal, például egy kötelező egészségbiztosítási pénztár kezelésével megbízott közjogi szerv „kereskedőnek” minősülhet.	2.2. A kereskedő fogalma
A C-265/12. sz. Citroën Belux ügy	— A tagállamok általánosan tilthatják a fogyasztóknak tett kapcsolt ajánlatokat, amennyiben az ajánlat legalább egyik eleme pénzügyi szolgáltatás.	4.4. Pénzügyi szolgáltatások és ingatlanok
A C-281/12 sz. Trento Sviluppo ügy	— A tág értelmezés megerősítette: az „ügyleti döntés” nem csak az arra vonatkozó döntésre terjed ki, hogy megvásároljanak-e egy terméket vagy sem, hanem az ehhez a döntéshez közvetlenül kapcsolódó döntésre, így különösen az üzletbe való belépésre vonatkozó döntésre is.	2.4. Ügyleti döntési teszt
A C-391/12. sz. RLvS ügy	— Abban az esetben, ha valamely piaci szereplő kereskedelmi gyakorlatait egy másik, a nevében vagy javára eljáró vállalkozás révén fejti ki, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv bizonyos esetekben mind a szóban forgó piaci szereplőre, mind a vállalkozásra alkalmazható, amennyiben megfelelnek a „kereskedő” fogalom meghatározásának. — A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvre, különösen az I. mellékletének 11. pontjára nem lehet hivatkozni az újságkiadókkal szemben. Az irányelvvel tehát nem ellentétes az olyan nemzeti rendelkezés alkalmazása, amely szerint e közvételezőknek a jelen esetben a „hirdetés” kifejezés feltüntetése révén konkrétan azonosítaniuk kell minden olyan, az időszaki kiadványaikban megjelenő közleményt, amelynek ellenértékéért díjat kapnak, kivéve, ha már önmagában a közlemény elrendezése és formája is nyilvánvalóvá teszi hirdetési jellegének felismerését.	2.2. A kereskedő fogalma 2.3. A kereskedelmi gyakorlat fogalma
A C-343/12. sz. Euronics ügy	— Az irányelv csak annyiban zárja ki a veszteséges áron való értékesítés tiltására vonatkozó nemzeti rendelkezést, amennyiben annak célja a fogyasztók védelme.	1.1. Tárgyi hatály

2014

A C-421/12 sz. Európai Bizottság kontra Belga Királyság ügy	— Az olyan nemzeti szabályozás, amely általános jelleggel megtiltja az I. mellékletben nem szereplő gyakorlatokat, anélkül hogy egyedileg megvizsgálná ezek „tisztességtelen” jellegét az irányelv 5–9. cikkében rögzített kritériumok fényében, az irányelv 4. cikkének tartalmába ütközik, és ellentétes az említett irányelv által követett teljes harmonizáció célkitűzésével.	1.2.5. Kölcsönhatás az árak feltüntetéséről szóló irányelvvel
--	--	---

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
	— Az akciók és a teljes harmonizációs jelleg az árak feltüntetéséről szóló irányelv fényében. — Amennyiben a kereskedő elmulasztja megadni a meglévő uniós jogi eszközök minimumkövetelményekre vonatkozó záradékok alapján engedélyezett nemzeti rendelkezések által előírt tájékoztatást, az nem minősül jelentős információ kihagyásának és ezáltal az irányelv értelmében vett megtévesztő mulasztásnak.	
A C-515/12 sz. „4finance” UAB kontra Litván Pénzügyminisztérium ügy	— Egy piramiselvre épülő eladásösztönző rendszer csakis akkor minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, ha ez a rendszer a fogyasztótól pénzügyi hozzájárulást követel meg – bármely legyen is annak összege – annak fejében, hogy az olyan jutalmat szerezhet, amely elsősorban más fogyasztóknak a rendszerbe való belépéséből ered, nem pedig a termékek eladásából, illetve fogyasztásából.	3.2. Piramisrendszerek – 14. pont
2015		
A C-388/13. sz. UPC ügy	— Sem a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének c) és d) pontjában, 3. cikkének (1) bekezdésében, valamint 6. cikkének (1) bekezdésében foglalt meghatározások, sem pedig az irányelv egészében tekintve nem tartalmaz arra vonatkozó utalást, hogy a kereskedő tevékenységének vagy mulasztásának ismétlődő jellegűnek kellene lennie, vagy hogy annak több fogyasztóra kellene vonatkoznia.	2.3. A kereskedelmi gyakorlat fogalma
A C-13/15. sz. Cdiscount ügy	— A nemzeti hatóságok és bíróságok feladata annak eldöntése, hogy egy nemzeti rendelkezésnek szándéka-e a fogyasztói érdekek védelme.	1.1. Tárgyi hatály
A C-544/13. és C-545/13. sz. egyesített ügyek, Abcur	— A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazása nem kizárt még akkor sem, ha egyéb uniós jogszabály is vonatkozik egy adott tényálásra. — Még ha az alapeljárás tárgyát képező, emberi felhasználásra szánt gyógyszerek a 2001/83/EK irányelv hatálya alá tartoznak is, az e gyógyszerekre vonatkozó olyan reklámozási gyakorlatok, mint amelyeket az alapeljárásban említettek, tartozhatnak a 2005/29/EK irányelv hatálya alá is, feltéve, hogy teljesülnek az irányelv alkalmazásának feltételei.	1.2.1. Kapcsolat más uniós jogszabályokkal
2016		
A C-310/15. sz. Sony ügy	— Egy számítógépnek a fogyasztó azon lehetősége nélkül történő értékesítése, hogy előre telepített szoftverek nélküli ugyanolyan számítógéptípust szerezzen be, önmagában nem minősül tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikkének (2) bekezdése értelmében, kivéve, ha a gyakorlat ellentétes a szakmai gondosság követelményeivel, és jelentősen torzíthatja vagy torzíthatja az átlagfogyasztó termékkel kapcsolatos gazdasági magatartását.	4.2.11. Fogyasztói függés

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
	— Az egyes előre telepített szoftverek ára feltüntetésének elmulasztása nem minősül a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 5. cikke (4) bekezdésének a) pontja és 7. cikke értelmében vett megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak.	
A C-476/14. sz. Citroën ügy	— A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb uniós jog közötti ütközés esetén az utóbbi az irányadó, és e különös vonatkozások tekintetében azt kell alkalmazni. Az árak feltüntetéséről szóló 98/6/EK irányelv az irányadó, mivel olyan konkrét szempontokat szabályoz, amelyek a termékek eladási árának az eladási ajánlatokban és a reklámokban való feltüntetésére vonatkoznak.	1.2.5. Kölcsönhatás az árak feltüntetéséről szóló irányelvvel
A C-611/14. sz. Canal Digital Danmark ügy	— A 7. cikk (1) és (3) bekezdése értelmében vett megtévesztő mulasztások értékelésekor figyelembe kell venni a gyakorlat megvalósulásának kontextusára vonatkozó követelményeket, még akkor is, ha nem a nemzeti szabályozásban, hanem csak az előkészítő anyagokban szerepelnek. — A 7. cikk (4) bekezdése kimerítően felsorolja azokat a lényeges információkat, amelyeket a vásárlásra való felhívásnak tartalmaznia kell. Az, hogy a kereskedő valamennyi információt feltüntet, nem zárja ki, hogy a vásárlásra való felhívás a 6. cikk (1) bekezdése vagy a 7. cikk (2) bekezdése értelmében megtévesztő gyakorlatnak legyen minősíthető. — Ha a kereskedő az előfizetés árát úgy tünteti fel, hogy a fogyasztónak havi díjat és féléves díjat is kell fizetnie, e gyakorlatot a 7. cikk értelmében megtévesztő mulasztásnak kell tekinteni abban az esetben, ha a havi díjat különösen kiemelik a kereskedelmi gyakorlatban, míg a féléves díjat egyáltalán nem, vagy csak kevésbé észrevehető módon tüntetik fel, ha ez ténylegesen arra készteti az átlagfogyasztót, hogy olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg. — Amennyiben a kereskedő a termék árát több összetevőre bontja, és azok közül az egyikre helyezi a hangsúlyt, e gyakorlatot a 6. cikk (1) bekezdése szerinti megtévesztő tevékenységnek kell minősíteni, amennyiben e gyakorlat nyomán az átlagfogyasztóban az a téves benyomás alakulhat ki, hogy számára kedvező árat ajánlanak, és ezen átlagfogyasztó olyan üzleti döntést hozhat, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Nem vehetők figyelembe azok az időkorlátok, amelyek bizonyos kommunikációs eszközökre, például a televíziós reklámokra vonatkoznak.	2.8.2. Árkedvezmények 2.9.4. Ténybeli körülmények és a használt kommunikációs eszköz korlátai 2.9.5. Jelentős információk a vásárlásra való felhívásban – 7. cikk (4) bekezdés
A C-667/15. sz. Loterie Nationale ügy	— Valamely kereskedelmi gyakorlat még abban az esetben is az I. melléklet 14. pontja szerinti, „piramiselvre épülő eladásösztönző rendszernek” minősíthető, ha csak közvetett kapcsolat áll fenn az ilyen rendszerbe újonnan belépők által fizetett pénzügyi hozzájárulás és a már meglévő tagoknak kifizetett jutalom között.	3.2. Piramisrendszerek – 14. pont

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
A C-149/15. sz. Wathelet ügy	— A közvetítő akkor minősülhet „eladónak”, ha nem tájékoztatta megfelelően a fogyasztót arról, hogy az eladó más személy, és ezáltal azt a benyomást keltette, hogy ő az eladó. Az ügy a fogyasztási cikkek adásvételéről és a kapcsolódó jótállásról szóló 1999/44/EK irányelvvel foglalkozik, de a Bíróság következtetései szélesebb körű jelentőséggel bírnak a szerződéses kapcsolatok szempontjából.	4.2.2. A harmadik felekkel kötött fogyasztói szerződések közvetítése
2017		
A C-562/15. sz. Carrefour ügy	— A 2006/114/EK irányelvnek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (1)–(3) bekezdésével összefüggésben értelmezett 4. cikkének a) és c) pontja értelmében jogellenes lehet, ha reklámozó a cégének nagyobb méretű vagy magasabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árakat hasonlítja össze a versenytárs cégek kisebb méretű vagy alacsonyabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árakkal (például hipermarketek és szupermarketek), hacsak maga a reklámszöveg nem tájékoztatja egyértelműen a fogyasztókat arról, hogy az összehasonlításra a reklámozó cég nagyobb méretű vagy magasabb kategóriájú üzleteiben, illetve a versenytárs cégek kisebb méretű vagy alacsonyabb kategóriájú üzleteiben alkalmazott árak között került sor.	1.2.6. Kölcsönhatás a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló irányelvvel
A C-146/16. sz. Verband Sozialer Wettbewerb ügy	— A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet kell alkalmazni az olyan platform hirdetésére, amely olyan különböző termékeket mutat be, amelyeket nem maga a platform, hanem a platformon jelen lévő harmadik fél eladók biztosítanak. — A reklámot annak ellenőrzése érdekében kell értékelni, hogy a 7. cikk (4) bekezdése alapján valamennyi lényeges információt megadtak-e, figyelembe véve ugyanakkor a térbeli akadályokat és az ügy sajátos körülményeit. A különböző harmadik fél eladók által kínált nagyszámú értékesítési lehetőséget megjelenítő online platformok hirdetései esetében a 7. cikk (3) bekezdése értelmében térbeli akadályok merülhetnek fel, amelyek indokolhatják az egyes kereskedők postai címének és azonosítási adatainak elhagyását. Ezeket az információkat azonban a platformhoz való hozzáférést követően egyszerűen és gyorsan meg kell adni.	2.9.5. Jelentős információk a vásárlásra való felhívásban – 7. cikk (4) bekezdés 4.2.1. Online platformok és kereskedelmi gyakorlatok 4.2.6. Véleményformáló marketing
A C-339/15. sz. Luc Vanderborght ügy	— A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel nem ellentétes az olyan nemzeti szabályozás, amely a közegészséget és a fogorvosi szakma méltóságát egyrészt azzal védi, hogy általános és abszolút jelleggel tilt minden, a száj- és fogápolási szolgáltatásokra vonatkozó reklámot, másrészt azzal, hogy bizonyos egyszerűségi követelményeket ír elő a fogorvosi rendelők hirdetőtáblái tekintetében.	1.1. Tárgyi hatály
A C-357/16. sz. Gelvora ügy	— Az adósságbehajtási gyakorlatok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv tárgyi hatálya alá tartoznak.	2.3.1. Értékesítés utáni gyakorlatok, beleértve az adósságbehajtási tevékenységeket

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
A C-295/16. sz. Europamur Alimentacion ügy	— Az irányelvvel ellentétes az olyan nemzeti rendelkezés, amely általános jelleggel tiltja az áruk veszteséges áron való értékesítésre kínálását, illetve veszteséges áron való értékesítését, és amely rendelkezés az e tilalomtól való eltérést a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben nem szereplő kritériumokon alapuló indokok alapján teszi lehetővé.	1.1. Tárgyi hatály
2018		
A C-632/16. sz. Dyson kontra BSH ügy	— Az ágazatspecifikus szabályozás által nem előírt, a porszívók energiaosztályára vonatkozó címkén feltüntetett energiaosztályba való besorolást eredményező vizsgálati feltételekre vonatkozó tájékoztatás hiánya nem minősül megtévesztő mulasztásnak.	1.2.1. Kapcsolat más uniós jogszabályokkal
A C-54/17. sz. és C-55/17. sz. egyesített ügyek, Wind tre, Vodafone	— A SIM-kártyák előre telepített és aktivált szolgáltatásokkal történő értékesítése, miközben a szolgáltatók nem nyújtottak megfelelő tájékoztatást a fogyasztóknak ezekről a szolgáltatásokról és azok költségeiről, az I. melléklet 29. pontja értelmében a nem kért értékesítés tiltott agresszív gyakorlatának minősülhet. — Az értékelés szempontjából nincs jelentősége annak, hogy a szolgáltatások igénybevételéhez szükség van-e a fogyasztó tudatos magatartására, vagy hogy a fogyasztó letilthatta volna-e a szolgáltatásokat, mivel elegendő információ hiányában nem állapítható meg, hogy a fogyasztó szabadon választotta ezeket a szolgáltatásokat.	2.10. 8. és 9. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok
A C-105/17. sz. Kamenova ügy	— Az a személy, aki egy honlapon nyolc, új és használt árura vonatkozó reklámot tesz közzé, nem feltétlenül „kereskedő”. A besorolásnak figyelembe kell vennie az ügyben nem kimerítő jelleggel felsorolt különböző követelményeket.	2.2. A kereskedő fogalma
A C-109/17. sz. Bankia ügy	— A 11. cikkel nem ellentétes az olyan nemzeti szabályozás, amely megtiltja a jelzálogjog érvényesítése iránti végrehajtási eljárás során eljáró bíróságnak, hogy hivatalból vagy a felek kérelmére vizsgálja a végrehajtható okiratnak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok fennállására tekintettel való érvényességét, és amely megtiltja az ezen gyakorlatok fennállásáról való érdemi döntéshozatalra hatáskörrel rendelkező bíróságnak azt, hogy a jelzálogjog érvényesítése iránti végrehajtási eljárás felfüggesztéséhez hasonló ideiglenes intézkedéseket fogadjon el. — A 11. cikkel nem ellentétes az olyan nemzeti szabályozás, amely nem biztosít jogilag kötelező erőt a 10. cikkében említetthez hasonló magatartási kódexnek.	1.2.4. Kölcsönhatás a szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről szóló irányelvvel 2.8.4. A magatartási kódexek be nem tartása
2019		
A C-628/17. sz. Orange Polska ügy	— A szerződés futár jelenlétében történő aláírása nem tekinthető minden körülmények között olyan agresszív gyakorlatnak, amely a 8–9. cikk értelmében nem megengedett befolyásolást alkalmaz. Figyelembe kell venni a kereskedő konkrét esetben tanúsított magatartását, amellyel olyan nyomást gyakorol a fogyasztóra, amely a fogyasztó választási szabadságát jelentősen korlátozza, és a fogyasztót kényelmetlen helyzetbe hozza vagy a meghozandó üzleti döntéssel kapcsolatos gondolkodását megzavarja.	2.10. 8. és 9. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
	— Az a tény, hogy a fogyasztó nem kapott lehetőséget az általános szerződési feltételek előzetes elolvasására, önmagában nem utal agresszív gyakorlatra. Ugyanakkor agresszív lehet, ha olyan kijelentéssel társul, hogy a szerződés vagy a függelék aláírásának késedelve azt jelentené, hogy a szerződés vagy a függelék későbbi megkötése csak kedvezőtlenebb feltételek mellett lesz lehetséges, vagy az, hogy a fogyasztónak esetleg kötbért kell fizetnie, vagy a szerződés módosítása esetén a kereskedő általi szolgáltatásnyújtást felfüggesztik, vagy ha a futár tájékoztatja a fogyasztót arról, hogy ha a szerződés vagy függelék aláírása elmarad vagy késedelmet szenved, a futár kedvezőtlen értékelést kaphat a munkáltatójától.	
A C-393/17. sz. Kirschstein ügy	— Különbség van egyrészt a kereskedő azon gyakorlatai között, amelyek szorosan kapcsolódnak a termékek reklámozásához, értékesítéséhez vagy szolgáltatásához, másrészt a magára a termékre vonatkozó gyakorlatok között (például olyan szolgáltatók engedélyezése, amelyek egyetemi diplomát adhatnak ki). — Az annak meghatározására hivatott nemzeti szabály, hogy egy kereskedelmi ügylet tárgyát képező szolgáltatás nyújtására mely szolgáltató jogosult, anélkül hogy közvetlenül szabályozná azon gyakorlatokat, amelyeket az adott szolgáltató a szóban forgó szolgáltatás népszerűsítése vagy eladásainak növelése érdekében később alkalmazhat, nem tekinthető a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv értelmében vett, a szolgáltatás nyújtásához közvetlenül kapcsolódó kereskedelmi gyakorlatnak.	2.3. A kereskedelmi gyakorlat fogalma
A C-708/17. és C-725/17. sz. egyesített ügyek, EVN Bulgaria Toplofikatsia	— A fogyasztók jogairól szóló irányelvvel és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel nem ellentétes az a nemzeti szabályozás, amely úgy rendelkezik, hogy a távfűtési hálózathoz csatlakoztatott társasházi ingatlanban található lakás tulajdonosai akkor is kötelesek hozzájárulni a közös tulajdonú épületrészek és az ingatlanon belüli hőtermelő berendezés hőenergia-fogyasztásának költségeihez, ha egyénileg nem kérték és a lakásukban nem használják a fűtésszolgáltatást.	1.2.3. Kölcsönhatás a fogyasztók jogairól szóló irányelvvel
2020		
A C-393/19. sz. Mezina ügy	— Az 1924/2006/EK rendelet és az 2005/29/EK irányelv rendelkezései közötti ellentmondás esetén a rendeletben foglalt rendelkezések élveznek elsőbbséget és alkalmazandók az egészségre vonatkozó állításokkal kapcsolatos tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra.	1.2.2. Másik uniós jogszabály által „jelentősnek” minősített információ
2021		
A C-922/19. sz. Waternet ügy	— A fogyasztók jogairól szóló irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv nem szabályozza a szerződések létrejöttét, vagyis a kérdést előterjesztő bíróság feladata, hogy a nemzeti szabályozás alapján értékelje, hogy valamely szerződés egy vízszolgáltató társaság és egy fogyasztó között az utóbbi kifejezett beleegyezésének hiányában is létrejöttek tekinthető-e.	1.2.3. Kölcsönhatás a fogyasztók jogairól szóló irányelvvel 2.10. 8. és 9. cikk – Agresszív kereskedelmi gyakorlatok

Ügyszám és megnevezés	Ügy	A közlemény szakasza/ szakaszai
	— A 2005/29/EK irányelv I. mellékletének 29. pontjában szereplő „nem kért értékesítés” fogalma nem foglalja magában valamely ivóvíz-szolgáltató társaság azon kereskedelmi gyakorlatát, amely abban nyilvánul meg, hogy valamely fogyasztónak egy korábban is lakott lakásba történő beköltözése során fenntartja a vízszolgáltatási közhálózathoz való csatlakozást, mivel e fogyasztó nem választhatja meg az e szolgáltatást nyújtó szolgáltatót, továbbá e szolgáltató a vízfogyasztástól függően költségfedezeti alapú, átlátható és hátrányos megkülönböztetéstől mentes díjakat számláz, az említett fogyasztó pedig tudja, hogy az említett lakás csatlakoztatva van a vízszolgáltatási közhálózathoz, és hogy a vízszolgáltatás díjköteles.	
A C-371/20. sz. Peek & Cloppenburg ügy	— Az I. melléklet 11. pontját úgy kell értelmezni, hogy valamely termék eladásának szerkesztői tartalom közzététele révén történő ösztönzését a kereskedő „fizette”, ha e kereskedő a közzétételért – pénzösszeg megfizetése révén vagy bármely más formában – vagyoni értékkel bíró ellenszolgáltatást nyújtott, amennyiben egyértelmű kapcsolat áll fenn az említett kereskedő által ily módon teljesített fizetés és e közzététel között. Ez a helyzet többek között az olyan, szerzői jogi oltalom alatt álló fényképeknek ugyanezen kereskedő általi ingyenes rendelkezésre bocsátása esetén, amelyeken üzlethelyiségek és a kereskedő által értékesített termékek láthatók.	4.2.5. Véleményformáló marketing

A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE

Iránymutatás a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 6a. cikkének értelmezéséről és alkalmazásáról

(EGT-vonatkozású szöveg)

(2021/C 526/02)

TARTALOM

	<i>Oldal</i>
BEVEZETÉS	131
1. A 6A. CIKK HATÁLYA	132
1.1. Az „árcsökkentés bejelentése” kifejezés jelentése	132
1.2. Érintett kereskedők	133
2. A „KORÁBBI” ÁR FELTÜNTETÉSE	134
2.1. Általános szabályok	134
2.2. A „korábbi ár” feltüntetése általános árcsökkentések bejelentése esetén	135
2.3. Hűségprogramok és személyre szabott árcsökkentések	136
3. A TISZTESSÉGTelen KERESKEDELMi GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELVVEL FENNÁLLÓ KÖLCSONHATÁS	137
4. SZABÁLYOZÁSI DÖNTÉSEK	138
4.1. Romlandó áruk	138
4.2. „Újonnan bevezetett” áruk	139
4.3. Fokozatos árcsökkentések	139

BEVEZETÉS

A 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽¹⁾ (a továbbiakban: PID) célja annak lehetővé tétele, hogy a fogyasztók homogén és átlátható információk alapján könnyen tudják értékelni és összehasonlítani a termékek árát. A fogyasztók így megalapozottabb döntéseket hozhatnak ⁽²⁾.

A PID előírja a kereskedők számára, hogy „egyértelmű, könnyen beazonosítható és tisztán olvasható” módon tüntessék fel az eladási árát és a mértékegységenkénti árát (azaz az érintett tagállamban széles körben és szokásosan használt kilogrammonkénti árát, literenkénti árát vagy bármely eltérő egyedi mennyiségi egységet). Az (EU) 2019/2161 európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽³⁾ az árcsökkentésre vonatkozó bejelentéseket érintő konkrét szabályokkal – 6a. cikkel – módosította a PID-et. Az (EU) 2019/2161 irányelv 2022. május 28-tól alkalmazandó az egész Unióban.

A PID új 6a. cikke az árcsökkentések átláthatóságának ⁽⁴⁾ kérdésével foglalkozik azáltal, hogy konkrét szabályokat vezet be azok valódiságának biztosítása érdekében. A 6a. cikk célja annak megakadályozása, hogy a kereskedők mesterségesen megnöveljék a referenciaárat, és/vagy megtévesszék a fogyasztókat az árengedmény összegével kapcsolatban. Növeli az átláthatóságot, és biztosítja, hogy a fogyasztók az árcsökkentés bejelentése esetén ténylegesen kevesebbet fizessenek az árukért. Az árcsökkentésre vonatkozó új rendelkezés azt is lehetővé teszi a végrehajtó és a piacfelügyeleti hatóságok számára, hogy könnyebben ellenőrizzék az árcsökkentés tisztességességét, mivel egyértelmű szabályokat állapít meg a bejelentett csökkentés alapjául szolgáló „korábbi” referenciaárra vonatkozóan.

E közlemény célja, hogy iránymutatást nyújtson arra vonatkozóan, hogy miként kell értelmezni és alkalmazni az árcsökkentések bejelentésére vonatkozó új rendelkezéseket. A jogbiztonság biztosítása és a végrehajtás megkönnyítése érdekében ez a közlemény olyan kérdéseket emel ki, amelyek valamennyi tagállamban közősek, ideértve a PID és az egyéb uniós jogszabályok közötti kölcsönhatást is.

A közlemény nem elemzi az irányelv alkalmazását az egyes tagállamokban, ideértve a nemzeti bíróságok és más illetékes szervek határozatait is. A tagállamokban elérhető különböző információforrások mellett az európai igazságügyi portálon keresztül elérhető fogyasztóvédelmi jogszabályok adatbázisa információkkal szolgál a PID-et átültető nemzeti rendelkezésekről, az ítélkezési gyakorlatról és a jogi szakirodalomról ⁽⁵⁾.

Eltérő rendelkezés hiányában az ebben a közleményben említett cikkek a PID-nek a későbbiekben és legutóbb az (EU) 2019/2161 irányelvvel módosított cikkei. Amennyiben az irányelv szövegéből származó idézetek vizuális kiemelést tartalmaznak, ezt a kiemelést a Bizottság adta hozzá.

E közlemény címzettjei az uniós tagállamok, valamint – az Európai Gazdasági Térségről (EGT) szóló megállapodás ⁽⁶⁾ aláíró feleként – Izland, Liechtenstein és Norvégia. Következésképpen az EU-ra, az Unióra vagy az egységes piacra történő hivatkozásokat az EGT-re, illetve az EGT piacára tett utalásokként kell értelmezni.

A dokumentum csupán iránymutatásként szolgál, jogi hatállyal kizárólag az uniós jogi aktusok szövege rendelkezik. A jog bármilyen hiteles értelmezését az irányelv szövegéből és közvetlenül az Európai Unió Bíróságának (a továbbiakban: EUB vagy Bíróság) határozataiból kell eredeztetni. Ez a Közlemény a Bíróság által 2021 októberéig meghozott ítéleteket veszi figyelembe, és nem képes megjósolni a Bíróság ítélkezési gyakorlatának jövőbeni alakulását.

A jelen Közleményben leírt vélemények nem előlegezik meg az Európai Bizottságnak a Bíróság előtt esetleg képviselendő álláspontját. A jelen Közleményben szereplő információk általános jellegűek, és ezek címzettje nem egy meghatározott személy vagy szervezet. Sem az Európai Bizottság, sem pedig más, a nevében eljáró személy nem visel felelősséget az alábbi információk esetleges felhasználásával kapcsolatban.

⁽¹⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről (a továbbiakban: PID) (HL L 80., 1998.3.18., 27. o.).

⁽²⁾ Lásd a PID 6. és 12. cikkét.

⁽³⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/2161 irányelve (2019. november 27.) a 93/13/EGK tanácsi irányelvnek, valamint a 98/6/EK, a 2005/29/EK és a 2011/83/EU európai parlamenti és tanácsi irányelvnek az uniós fogyasztóvédelmi szabályok hatékonyabb végrehajtása és korszerűsítése tekintetében történő módosításáról (HL L 328., 2019.12.18., 7. o.).

⁽⁴⁾ 2018-ban a nemzeti fogyasztóvédelmi hatóságok a Bizottság koordinációja mellett a fogyasztóvédelmi együttműködési hálózat keretében évente uniós szintű átvilágítást (online ellenőrzési akciót) végeztek az e-kereskedelmi weboldalakon. Ez az online ellenőrzési akció az árak átláthatóságával foglalkozott, beleértve az árcsökkentéseket is. Az árengedményeket kínáló 431 átvilágított honlap több mint 31 %-a esetében a fogyasztóvédelmi hatóságok azt gyanították, hogy a különleges ajánlatok nem valódiak, vagy nem találták egyértelműnek a kedvezményes ár kiszámításának módját. 2019. február 19-i bizottsági sajtóközlemény: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hu/IP_19_1333

⁽⁵⁾ https://e-justice.europa.eu/591/HU/consumer_law_database

⁽⁶⁾ HL L 1., 1994.1.3., 3. o.

Mivel ez a tájékoztatás az írásakor aktuálisnak tekintett szakmai álláspontot tükrözi, előfordulhat, hogy a benne foglalt iránymutatás később módosításra szorul.

1. A 6A. CIKK HATÁLYA

6a. cikk

- (1) Az árcsökkentés bejelentése esetében meg kell jelölni a korábbi, a kereskedő által az árcsökkentést megelőzően, meghatározott ideig alkalmazott árat.
- (2) A korábbi ár a kereskedő által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző 30 nap.
- (3) A tagállamok ettől eltérő szabályokat állapíthatnak meg a romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző árukra vonatkozóan.
- (4) Amennyiben a termék 30 napnál rövidebb ideje van forgalomban, a tagállamok a (2) bekezdésben meghatározott időtartamnál rövidebb időtartamról is rendelkezhetnek.
- (5) A tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy ha az árcsökkentés mértéke fokozatosan növekszik, akkor a korábbi ár az árcsökkentés első alkalmazása előtti, az árcsökkentés nélküli ár.

1.1. Az „árcsökkentés bejelentése” kifejezés jelentése

A 6a. cikk az eladó azon promóciós nyilatkozataira vonatkozik, amelyek szerint csökkentette az áru(k)ért felszámított árat. Például a következők szerint lehet árcsökkentést bejelenteni:

- százalékban kifejezve (%), pl. „20 % kedvezmény” vagy konkrét összeggel, pl. „10 EUR kedvezmény”,
- új (alacsonyabb) ár és a korábban alkalmazott (magasabb) ár feltüntetésével. A korábbi ár áthúzva is feltüntethető. Pl. „100 EUR helyett most 50 EUR” vagy „50 EUR ~~100 EUR~~”,
- bármely más promóciós technika, mint például a „vásárolj ma áfa nélkül”, amely azt üzeni a fogyasztó számára, hogy az árengedmény megegyezik a héa (áfa) értékével (és nem azt jelenti, hogy a héát nem szedik be),
- az aktuális ár „bevezető” árként vagy hasonlóként való feltüntetésével, valamint a leendő rendes árként magasabb ár megjelölésével.

A 6a. cikk az árcsökkentések bejelentéseire vonatkozik mind akkor, ha azok az eladó ajánlatában szereplő konkrét áru(k)ra vonatkoznak, mind pedig, ha azokat általános árcsökkentésre vonatkozó bejelentés útján teszik meg (lásd a 2.2. és a 3. szakaszt).

A 6a. cikk nem foglalkozik és **semmilyen módon nem korlátozza az áringadozásokat és árcsökkenéseket**, amelyek nem járnak árcsökkentés bejelentésével. A 6a. cikk valójában az árcsökkentés „bejelentésével” foglalkozik. Ezért nem terjed ki azokra a hosszú távú megállapodásokra, amelyek lehetővé teszik a fogyasztók számára, hogy rendszeresen részesüljenek az alacsonyabb árakból és a konkrét egyedi árcsökkentésekből (lásd a 2.3. szakaszt a hűségprogramokról és a személyre szabott árcsökkentésekről).

A 6a. cikk attól függetlenül alkalmazandó, hogy az árcsökkentésről szóló bejelentés tartalmaz-e mérhető árcsökkentést. Például az olyan bejelentések, mint az „eladási” ár, a „különleges ajánlatok” vagy a „fekete pénteki ajánlatok”, amelyek **árcsökkentés benyomását keltik, szintén a 6a. cikk hatálya alá tartoznak**, és a bejelentés által érintett áruk esetében a „korábbi” árat is fel kell tüntetni (lásd az általános árcsökkentések bejelentéseiről szóló 2.2. szakaszt).

Ezzel szemben a 6a. cikk nem alkalmazható **az olyan általános marketingállításokra, amelyek az eladó ajánlatát más eladó ajánlataival való összehasonlítással promotálják anélkül, hogy árcsökkentésre hivatkoznának vagy annak benyomását keltenék**, mint például a „legjobb/legalacsonyabb árak”. Az ilyen nyilatkozatok azonban továbbra is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak (lásd a PID és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv közötti kölcsönhatásról szóló 3. szakaszt).

A 6a. cikk **nem vonatkozik továbbá az árelőnyök promóciójának más olyan technikáira sem**, amelyek nem árcsökkentések, mint például az ár-összehasonlítás és a kötött (feltételes) ajánlatok. Az árelőny promóciójára szolgáló ezen egyéb technikák továbbra is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak (lásd a 3. szakaszt).

Ami az „ár” fogalmát illeti, a 6a. cikk a PID 2. cikkének a) pontjában meghatározott „eladási árra” vonatkozik (7). A PID előírja továbbá a 2. cikk b) pontjában meghatározott „egységár” feltüntetését (8). Az ömlesztve értékesített termékek (pl. kelmék, építőanyagok, élelmiszerek) (9) esetében, ahol az eladási ár nem határozható meg mindaddig, amíg a fogyasztó meg nem jelöli, hogy az áru mekkora részét kéri, „csak az egységárat kell feltüntetni” a PID 3. cikkének (3) bekezdése szerint. A 6a. cikk az árcsökkentésre vonatkozó bejelentésekre is vonatkozik, amennyiben az ilyen áruk tekintetében az árcsökkentésre vonatkozó bejelentés az egységárat érinti (10). Ezekben az esetekben a 6a. cikk a „korábbi” egységár feltüntetésére vonatkozik.

A PID „termékekre” vonatkozik, **amelyeket ezen irányelv összefüggésében „árúkként” kell értelmezni.** Az „áru” fogalmát az uniós fogyasztóvédelmi jog (11) más rendelkezései ingóságként határozzák meg. Ezért a PID – ideértve a 6a. cikket is – nem alkalmazandó a szolgáltatásokra (12) (beleértve a digitális szolgáltatásokat) vagy a digitális tartalomra.

A PID 6a. cikke **valamennyi értékesítési láncon** (pl. hagyományos üzlethelyiségekben, online) megjelenő árcsökkentésekre vonatkozik.

1.2. Érintett kereskedők

A PID a 2. cikk d) pontjában a következők szerint meghatározott kereskedőre vonatkozik: „az a természetes vagy jogi személy, aki kereskedelmi vagy szakmai tevékenységi körébe tartozó termékeket ad el vagy kínál eladásra”. Az új 6a. cikk ezért **arra a kereskedőre vonatkozik, aki a fogyasztóval kötött szerződés tényleges szerződő fele**, azaz az áruk eladójára, ideértve a közvetítőket, különösen az online piactereket igénybe vevő eladókat is.

Ezzel szemben a **6a. cikk nem alkalmazandó azokra a közvetítőkre**, akik/amelyek pusztán lehetővé teszik a kereskedők számára termékeik értékesítését (13), mint például az online piacterek, vagy amelyek csupán összesítik és megjelenítik a más eladók által megadott árakra vonatkozó információkat (ár-összehasonlító platformok). Ezekre a közvetítőkre továbbra is vonatkoznak a közvetítők felelősségére és a szakmai gondosságra vonatkozó általános szabályok. A közvetítő azonban akkor tartozik a PID szabályainak hatálya alá, ha az áru tényleges eladója, vagy ha egy másik kereskedő nevében értékesít.

Ugyanezen okból a 6a. cikk nem alkalmazandó az olyan „visszaváltásra” vonatkozó bejelentésekre, amelyekben harmadik személyek, akik nem az áruk eladói, mint például a gyártók/forgalmazók, a szóban forgó áru(ka)t megvásároló fogyasztók számára ígéretet tesznek arra, hogy a kifizetett ár egy részét a fogyasztó egyéni kérelmére meghatározott ideig visszatérítik. Az ilyen „visszaváltási” gyakorlatok továbbra is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak, és nem használhatók fel a PID árcsökkentési bejelentésekre vonatkozó követelményeinek megkerülésére.

(7) „Eladási ár: a termék egy egységére vagy a termék egy adott mennyiségére vonatkozó végleges ár, beleértve a hozzáadottérték-adót és minden egyéb adót” (a PID 2. cikkének a) pontja).

(8) „Egységár: a végleges ár, beleértve a hozzáadottérték-adót és minden egyéb adót, a termék egy kilogrammjára, egy literére, egy méterére, egy négyzetméterére vagy egy köbméterére vonatkozóan, vagy a mennyiségnek egy olyan eltérő, egyetlen egységére vonatkozóan, amelyet az érintett tagállamban egyes termékek értékesítése során széles körben és a bevett gyakorlatnak megfelelően használnak” (a PID 2. cikkének b) pontja).

(9) „Ömlesztve értékesített termékek: azok a termékek, amelyek nem előrecsomagoltak, és amelyeket a fogyasztó jelenlétében mérnek ki” (a PID 2. cikkének c) pontja).

(10) Lásd a PID (7) preambulumbekkezdését.

(11) Az (EU) 2019/2161 irányelvvel módosított, a fogyasztók jogairól szóló irányelv (az Európai Parlament és a Tanács 2011/83/EU irányelve [2011. október 25.] a fogyasztók jogairól, a 93/13/EGK tanácsi irányelv és az 1999/44/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv módosításáról, valamint a 85/577/EGK tanácsi irányelv és a 97/7/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv hatályaon kívül helyezéséről [HL L 304., 2011.11.22., 64. o.]) szerint az áru „a) bármely ingóság, kivéve a végrehajtás vagy más bírósági intézkedés alapján értékesített ingóságokat; az irányelv értelmében árunak minősül a víz, gáz és a villamos energia is, amennyiben korlátozott térfogatban vagy meghatározott mennyiségben kínálják értékesítésre; b) bármilyen ingóság, amely digitális tartalmat vagy digitális szolgáltatást foglal magában vagy azzal össze van kapcsolva, olyan módon, hogy az adott digitális tartalom vagy digitális szolgáltatás hiányában az áru nem tudná betölteni a funkcióját (digitális elemeket tartalmazó áruk);”.

(12) Lásd a Bizottság Közleménye a Tanácsnak és az Európai Parlamentnek a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló, 1998. február 16-i 1998/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv végrehajtásáról, COM(2006) 325 végleges, 4. o.

(13) A fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU irányelv értelmében a fogyasztókat mindig tájékoztatni kell a tényleges kereskedő személyazonosságáról (további információkért lásd a fogyasztók jogairól szóló irányelvről szóló iránymutatást).

A 6a. cikk az EU-n kívüli székhellyel rendelkező kereskedőkre is vonatkozik, akik értékesítéseiket az uniós fogyasztók felé irányítják, ideértve a platformokon keresztül árukat kínáló kereskedőket is. A PID nem uniós kereskedőkre való alkalmazhatóságát a szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra alkalmazandó jogról szóló 864/2007/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (Róma II.)⁽¹⁴⁾ szabályozza. Ez a rendelet „a polgári és kereskedelmi ügyek területét érintő, olyan szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra” alkalmazandó, „amelyek több állam jogához kapcsolódnak”.

A Róma II. rendelet 6. cikkének (1) bekezdése:

A tisztességtelen versenyt megvalósító cselekményből eredő szerződésen kívüli kötelmi viszonyra alkalmazandó jog azon ország joga, amelyben az a versenyviszonyokat vagy a fogyasztók kollektív érdekeit sérti vagy sértheti.

A Róma II. rendelet 6. cikkének (4) bekezdése:

Az e cikk szerint alkalmazandó jogtól nem lehet a 14. cikk szerint megállapodás útján eltérni.

Amennyiben teljesülnek a Róma II. rendelet 6. cikkének (1) bekezdésében foglalt feltételek, a PID az uniós fogyasztók kollektív érdekeit sértő jogsértésekre alkalmazandó. A Róma II. rendelet 6. cikkének (4) bekezdése értelmében az alkalmazandó jogtól jogválasztási megállapodás útján nem lehet eltérni.

A nemzeti hatóságok feladata lesz e szabályok érvényesítése. Szükség esetén élhetnek a fogyasztóvédelmi együttműködésről szóló (EU) 2017/2394 európai parlamenti és tanácsi rendelet⁽¹⁵⁾ szerinti vizsgálati és végrehajtási hatáskörükkel.

2. A „KORÁBBI” ÁR FELTÜNTETÉSE

2.1. Általános szabályok

A 6a. cikk (1) bekezdése előírja, hogy az árengedményt bejelentő kereskedőnek fel kell tüntetnie a „korábbi” árat. A 6a. cikk (2) bekezdése szerint a „korábbi” ár a kereskedő által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árát jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző 30 nap.

A 6a. cikk (3)–(5) bekezdése olyan szabályozási lehetőségeket biztosít a tagállamok számára, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy eltérjenek ettől az általános szabálytól olyan áruk esetében, amelyek gyorsan romlanak vagy lejárnak, a piacon 30 napnál rövidebb ideje forgalomban lévő áruk, illetve amelyek esetében az árcsökkentés fokozatosan emelkedik (lásd a 4. szakaszt).

A 6a. cikk (3)–(5) bekezdésében említett szabályozási lehetőségek hatálya alá tartozó áruk kivételével a **tagállamok nem írhatnak elő 30 napnál rövidebb időszakot** a „korábbi” ár megállapítására. Ennek a legalább 30 napos referencia-időszaknak az a célja, hogy megakadályozza a kereskedőket abban, hogy az árakkal zsonglőrökjöjenek és hamis árcsökkentéseket mutassanak be, például rövid időre emeljék az árat annak érdekében, hogy ezt követően csökkentsék azt azáltal, hogy a fogyasztókat megtévesztő (jelentős) árcsökkentésként tüntetik fel. A „korábbi” referenciaár meghatározásának 30 napos időszaka tehát biztosítja, hogy a referenciaár valós legyen, és ne csupán csökkentésnek tűnő, vonzó marketingeszközként funkcionáljon.

A 6a. cikk (2) bekezdése **nem akadályozza meg a kereskedőket abban**, hogy „korábbi” árként megjelöljék a 30 napnál is hosszabb időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat (például a marketingstratégia részeként). Nem ellentétes a 6a. cikk követelményeivel, ha a feltüntetett „korábbi” ár ténylegesen alacsonyabb az árengedmény bejelentését közvetlenül megelőző 30 nap legalacsonyabb áránál.

Ezzel szemben a „korábbi” ár megállapításához 30 napnál **hosszabb időtartamot előíró** nemzeti szabályozást az uniós jognak való megfelelés szempontjából kellene értékelni. A PID 10. cikke szerint az ezen irányelvben foglalt követelményeken túlmutató nemzeti szabályoknak kedvezőbbeknek kell lenniük a fogyasztók tájékoztatása és az árak összehasonlítása tekintetében, az EUMSZ szerinti tagállami kötelezettségek sérelme nélkül⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁴⁾ Az Európai Parlament és a Tanács 864/2007/EK rendelete (2007. július 11.) a szerződésen kívüli kötelmi viszonyokra alkalmazandó jogról (Róma II.), (HL L 199., 2007.7.31., 40. o.).

⁽¹⁵⁾ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/2394 rendelete (2017. december 12.) a fogyasztóvédelmi jogszabályok végrehajtásáért felelős nemzeti hatóságok közötti együttműködésről és a 2006/2004/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (HL L 345., 2017.12.27., 1. o.).

⁽¹⁶⁾ Lásd az Európai Unió működéséről szóló szerződés 34. és 36. cikkét.

A 6a. cikknek való megfelelés érdekében az árengedményt bejelentő kereskedőnek legalább az árcsökkentés alkalmazását megelőző 30 napon belül azonosítania kell azt a legalacsonyabb árat, amelyet az adott áruért vagy árukért felszámított. A **legalacsonyabb árnak tartalmaznia kell az adott időszak alatt minden korábbi „csökkentett” árat**. Az árcsökkentés bejelentését megelőző 30 napban a korábbi promóciós időszakokban alkalmazott árak figyelmen kívül hagyása ellentétes a PID 6a. cikkével.

Ugyanez a szabály alkalmazandó abban az esetben is, ha a kereskedő először a **közelgő emelt árra hivatkozva** mutatja be az árengedményt, majd 30 napnál rövidebb ideig alkalmazza a megemelt árat, és ezt követően árcsökkentést jelent be. Függetlenül attól, hogy az árengedményt hogyan hirdették meg, a későbbi árcsökkentéssel érintett korábbi árnak mindig az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árának, azaz ebben az esetben az eredeti kiindulási árnak kell lennie (lásd még az „újonnan bevezetett” árukról szóló 4.2. szakaszt).

Ennek megfelelően **az árengedményt a feltüntetett „korábbi” ár referenciaként történő felhasználásával kell bemutatni**, azaz **a jelzett százalékos csökkentésnek a 6a. cikkel összhangban megállapított „előzetes” áron kell alapulnia**:

- Például abban az esetben, ha az árengedmény „50 % kedvezmény” és a megelőző 30 nap legalacsonyabb ára 100 EUR volt, az eladónak 100 EUR-t kell feltüntetnie az 50 %-os csökkentés kiszámításához használt „korábbi” árként, annak ellenére, hogy az áru utolsó eladási ára 160 EUR volt.

A 6a. cikk ugyanakkor nem akadályozza meg az eladót abban, hogy az árcsökkentés bejelentésekor **más referencia-árakat is megjelöljön**, feltéve, hogy az ilyen további referenciaárakat világosan kifejti, azok nem okoznak zavart, és nem vonják el a fogyasztó figyelmét a 6a. cikk szerint feltüntetett „korábbi” árról.

- Például az a kereskedő, amely 30 napnál gyakrabban alkalmaz árcsökkentést, a következők szerint tájékoztathatja a fogyasztót egyéb korábbi áairól is: „20 % kedvezmény [kezdő dátum]-tól/-től [végdátum]-ig: 100 EUR helyett 80 EUR, az elmúlt 30 nap legalacsonyabb ára. A promóciós időszakon kívüli szokásos árunk az elmúlt 30 napban (vagy 100 napban stb.) 120 EUR volt.”.

Általánosságban az ilyen egyéb referenciaárak bemutatásának és kiszámításának módja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartozik. E tekintetben a kereskedőknek mindig gondoskodniuk kell arról, hogy a fogyasztó számára egyértelmű legyen, hogy mit jelent a többi megjelölt referenciaár.

A PID 6a. cikke nem írja elő a kereskedők számára annak feltüntetését, **hogy mennyi ideig alkalmazták a feltüntetett „korábbi” árat**. Továbbá nem befolyásolja **az árcsökkentési kampányok időtartamát**. Egyszerűen azt írja elő a kereskedők számára, hogy minden egyes árcsökkentés kezdetén tüntessék fel a „korábbi” árat, és azt az árcsökkentés teljes időtartama alatt megtarthatják. A kereskedők hosszabb, akár 30 napot meghaladó időtartamra is bejelenthetik az áruk árcsökkentését. Továbbá, ha az árengedmény megszakitás nélkül 30 napnál tovább tart, a feltüntetendő „korábbi” ár továbbra is az árcsökkentést megelőző legalább 30 napon alkalmazott legalacsonyabb ár.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (lásd még a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvel való kölcsönhatásra vonatkozó 3. szakaszt) alapján kell értékelni **a túlzottan hosszú árcsökkentési időszakok tisztességességét** ahhoz képest, amikor az árut „teljes” áron értékesítik.

Amennyiben egy kereskedő különböző értékesítési csatornákon/pontokon (pl. különböző fizikai és/vagy online boltokban) értékesít árukat különböző árakon, és ezek a különböző értékesítési csatornák/értékesítési pontok az árcsökkentés általános bejelentésének tárgyát képezik, a kereskedőnek az egyes értékesítési csatornákon/pontokon „korábbi” árként fel kell tüntetnie azt a legalacsonyabb árat, amelyet **az adott értékesítési csatornán/ponton** legalább 30 napon keresztül **alkalmazott**.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alapján kell értékelni azokat a félrevezető árcsökkentési bejelentéseket, amelyek azt a benyomást keltik, hogy a csökkentés az adott kereskedő értékesítési csatornáira/pontjaira vonatkozik, míg a valóságban csak néhány értékesítési csatorna/eladási pont tartozik az árengedmény hatálya alá.

A 6a. cikk nem akadályozza meg a kereskedőket abban, hogy az **árcsökkentési kampányt meghosszabbítsák**, amennyiben a fogyasztókat egyértelműen tájékoztatják arról, hogy meghosszabbításról, nem pedig új árcsökkentési kampányról van szó, és a kampány általános megjelenítése nem kelthet hamis benyomást a fogyasztókban.

2.2. A „korábbi ár” feltüntetése általános árcsökkentések bejelentése esetén

A 6a. cikk nem akadályozza meg a kereskedőket abban, hogy általános módon bejelentsék az árcsökkentéseket, például:

- „ma minden 20 %-kal olcsóbban”, vagy

— „20 % kedvezmény a karácsonyi dekorációkra ezen a héten”.

Amennyiben az árcsökkentést (az 1.1. szakaszban leírtak szerint) általános nyilatkozattal, például fizikai szalaghirdetéssel vagy online kommunikációval hirdetik meg, a **„korábbi” árát nem kell ugyanazon a médiumon feltüntetni**, mint magát az árengedményt. Ehelyett a bejelentés tárgyát képező egyes áruk „korábbi” árát fel kell tüntetni az **értékesítési helyen**, azaz az üzletek árcímkein vagy az online bolti felületek ároldalain.

A kereskedő általános árcsökkentést is bejelenthet, amely különböző **árkategóriákra különböző árengedményeket** biztosít. Ezekben az esetekben a kereskedőnek egyértelműen azonosítania kell az érintett árkategóriákat és azok árcsökkentését, például:

— „30 % kedvezmény a kék pöttyel megjelölt árukra, és 40 % kedvezmény a piros pöttyel megjelölt árukra”.

Ami az általános árcsökkentéssel érintett egyes áruk „korábbi” árának feltüntetését illeti, két esetet kell megkülönböztetni:

- Ha a kereskedő az elmúlt 30 napban **nem emelte meg** az általános bejelentések tárgyát képező egyes áruk **árát**, és nem szervezett más (általános) árengedményeket ezen időszak alatt. Ebben az esetben a 6a. cikk alkalmazásában a „korábbi” ár az áru korábban alkalmazott **eladási ára**, azaz az árcímkén vagy az online vásárlási felület ároldalán már feltüntetett ár. Ennek megfelelően a PID 6a. cikkének alkalmazása miatt a kereskedőnek nem kell megváltoztatnia az érintett árukra vonatkozó árcímkéket/online információkat.
- Ha a kereskedő az elmúlt 30 napban **emelte az árát** vagy más (általános) árcsökkentést szervezett, az árcímkén vagy az interneten feltüntetett eladási ár nem minősül „korábbi” árnak, mivel nem az a legalacsonyabb ár az elmúlt 30 napban a 6a. cikkben foglaltak szerint. A kereskedőnek ezért módosítania kell az általános árengedményben szereplő áruk vonatkozó árcímkeit vagy online ármegjelölését annak érdekében, hogy feltüntesse ezen áruk helyes „korábbi” árát.

A PID 6a. cikke nem tiltja az árengedmények **csoportos reklámozását** abban az esetben, ha a központi szervezetek, például a jogbérletbe adók árcsökkentési kampányokat terveznek és hirdetnek a termékeiket forgalmazó eladók (kiskereskedők) nevében. Amennyiben egy ilyen központi szervezet a tagjai nevében árcsökkentést jelent be, biztosítania kell, hogy a részt vevő kiskereskedők elegendő tudjanak tenni az árcsökkentésre vonatkozó követelményeknek, például lehetővé kell tenniük a részt vevő kiskereskedők számára, hogy tiszteletben tartsák a „korábbi” ár feltüntetésére vonatkozó szabályokat. Minden részt vevő kiskereskedő felelős marad – ebben az esetben is – annak biztosításáért, hogy az árcsökkentési kampány keretében értékesített releváns áruknál fel legyen tüntetve a megfelelő „korábbi” ár.

A fentieknek megfelelően, amennyiben a részt vevő kiskereskedő a csökkentés bejelentését megelőző 30 napban stabilan tartotta árait, nincs szükség az egyes „korábbi” árak módosítására, mivel a 6a. cikk alkalmazásában a korábbi eladási ár képezi a „korábbi” árát. Amennyiben az általános kampány tárgyát képező bizonyos áruk esetében nem ez a helyzet, az eladónak fel kell tüntetnie az érintett áru „korábbi” árát. Ide tartoznak azok az esetek is, amikor az adott eladó (kiskereskedő) által saját áruírt indított árcsökkentési kampányokat kevesebb mint 30 napon belül követik a központi szervezet által indított kampányok. Ilyen esetekben a „korábbi” ár meghatározásához az érintett kiskereskedőnek figyelembe kell vennie a korábbi kampány(ok)ban csökkentett árát.

2.3. Hűségprogramok és személyre szabott árcsökkentések

A PID 6a. cikke nem alkalmazandó az **eladó vásárlói hűségprogramjaira**, például a kedvezménykártyákra vagy utalványokra, amelyek lehetővé teszik a fogyasztó számára, hogy árkedvezményt kapjon az összes eladó termékre vagy meghatározott termékekre hosszú, folyamatos időszakok (pl. 6 hónap, 1 év) alatt, vagy amelyek lehetővé teszik a pontok jövőbeli vásárlásokhoz történő gyűjtését.

A PID 6a. cikke sem vonatkozik a **valós, személyre szabott árengedményekre**, amelyeket jellemzően nem jelentenek be árcsökkentésként. Az ilyen árcsökkentések tipikus példái lehetnek azok, amelyek a fogyasztónak az érintett eladótól való korábbi vásárlásaiból erednek, mint például amikor a fogyasztó vásárláskor „20 %-os” utalványt kap, amely a hónap végéig érvényes a következő vásárlásra. A 6a. cikk hatályán kívül eső, személyre szabott valós árcsökkentések további példái a fogyasztó számára különleges alkalmakkor – például a hűségprogramban való részvételkor vagy a fogyasztó házasságkötésekor vagy születésnapján – nyújtott árengedmények, továbbá a vásárlás időpontjában alkalmazott, előre be nem jelentett csökkentések.

Az ilyen hűségprogramokat és személyre szabott ajánlatokat továbbra is a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alapján kell értékelni (lásd a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvre vonatkozó iránymutatás 2.8.2. és 4.2.8. szakaszát ⁽¹⁷⁾).

Ezzel szemben a PID 6a. cikke alkalmazandó azokra az árcsökkentésekre, amelyeket – bár személyre szabottan tüntetnek fel – **általában ajánlanak/hirdetnek a fogyasztóknak**. Ez a helyzet akkor fordulhat elő, ha a kereskedő bizonyos időszakokban a hagyományos üzlethelyiségbe vagy az online boltba látogató valamennyi fogyasztó számára hozzáférhetővé teszi a „kuponokat” vagy az árengedménykódokat. Példaként említhetők az alábbi kampányok:

- „Ma 20 % kedvezmény az XYZ kód használatával”, vagy
- „Ezen a hétvégén 20 % kedvezmény csak a hűségprogram tagjai számára”.

ha a kód/hűségprogram hozzáférhető/használatos a vásárlók többsége vagy nagy része számára. Ezekben az esetekben a kereskedőnek meg kell felelnie a 6a. cikk követelményeinek, azaz biztosítania kell, hogy valamennyi érintett áru „korábbi” ára az elmúlt 30 napban **nyilvánosan elérhető legalacsonyabb ár** legyen (lásd az általános árcsökkentésről szóló 2.1. szakaszt).

3. A TISZTESSÉGTLEN KERESKEDELMI GYAKORLATOKRÓL SZÓLÓ IRÁNYELVEL FENNÁLLÓ KÖLCSONHATÁS

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv ⁽¹⁸⁾ (a továbbiakban: tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv) tiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti ügyletekben ⁽¹⁹⁾. Minden olyan kereskedelmi gyakorlatra alkalmazandó, amely a B2C ügyletek előtt, alatt és után történik. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 2. cikkének d) pontja a következőképpen határozza meg a kereskedelmi gyakorlatokat: „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”. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok magukban foglalhatnak megtévesztő vagy agresszív gyakorlatokat (6–9. cikk) vagy a szakmai gondosságra vonatkozó követelmények megsértését (5. cikk (2) bekezdés), amely vélhetőleg torzíthatja az átlagos fogyasztó üzleti döntését.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 3. cikkének (4) bekezdése tisztázza, hogy az irányelv és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok különös vonatkozásait szabályozó egyéb közösségi szabályok közötti összefüggés esetén az utóbbiak az irányadók, és e különös vonatkozások tekintetében azokat kell alkalmazni.

Ezért amennyiben a PID 6a. cikke konkrét szabályokat vezet be az árcsökkentés bejelentése esetén a „korábbi” ár meghatározására és feltüntetésére vonatkozóan, az elsőbbséget élvez a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvvvel szemben az árcsökkentés e különös szabályok által szabályozott vonatkozásai tekintetében ⁽²⁰⁾.

Ennek megfelelően az eladó által megjelölt „korábbi” ár és a megfelelő árengedmény helyességét a PID 6a. cikkében foglalt konkrét követelmények fényében kell értékelni. Ez azonban nem zárja ki, hogy a nemzeti végrehajtó hatóságok alkalmazhassák a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet a PID 6a. cikkét megsértő kereskedők olyan gyakorlataira is, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv által tiltott tisztességtelen gyakorlatoknak is minősülnek, különösen a 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja értelmében vett konkrét árelőny fennállásával kapcsolatos megtévesztő cselekmények esetében.

Továbbá, amint az a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvre vonatkozó iránymutatás 1.2.5. szakaszában szerepel, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és különösen az árelőny fennállására vonatkozó félrevezető állításokról szóló 6. cikke (1) bekezdésének d) pontja **továbbra is alkalmazandó az árcsökkentés egyéb szempontjaira**. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alkalmazható lehet az árcsökkentési gyakorlatok különböző félrevezető szempontjaira, mint például:

- túl hosszú időszakok, amelyek során árcsökkentést alkalmaznak, ahhoz az időszakhoz képest, amikor az áru árcsökkentés nélküli áron értékesítik,
- például „akár 70 %-os kedvezmény” reklámozása, amikor a tételek közül csak néhány ára csökken 70 %-kal, a többit pedig lényegesen alacsonyabb százalékkal csökkentik.

⁽¹⁷⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en

⁽¹⁸⁾ 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, továbbá a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról”) (HL L 149., 2005.6.11., 22. o.).

⁽¹⁹⁾ A PID-nek az (EU) 2019/2161 irányelv által bevezetett módosítását megelőzően az Európai Unió Bírósága a C-421/12. sz., Európai Bizottság kontra Belga Királyság, (ECLI:EU:C:2013:769) ügyben megerősítette, hogy a tagállamok nem fogadhatnak el szigorúbb nemzeti szabályokat az árcsökkentésekre vonatkozóan a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és az árak feltüntetéséről szóló (eredeti) irányelv alapján.

⁽²⁰⁾ Lásd még az Európai Unió Bírósága C-476/14. sz. Citroën ügyben hozott ítéletét, ECLI:EU:C:2016:527.

E tekintetben meg kell jegyezni, hogy az árengedményeken kívül az eladó más típusú, **árelőnyöket előmozdító gyakorlatokat** is alkalmazhat, mint például:

- összehasonlítás más árakkal, pl. más kereskedők áraival ⁽²¹⁾ vagy a gyártó által ajánlott kiskereskedelmi árral,
- összekapcsolt vagy kötött feltételes ajánlatok (pl. „egyet fizet, kettőt vihet” vagy „három darab vásárlása esetén 30 % kedvezmény”).

Az ilyen promóciós gyakorlatok nem tartoznak a PID 6a. cikkének hatálya alá, hanem továbbra is teljes mértékben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá tartoznak.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya kiterjed továbbá az árcsökkentés bejelentéseire és a digitális tartalomra ⁽²²⁾ és mindenfajta szolgáltatásra vonatkozó árelőnyt előmozdító egyéb gyakorlatokra is, míg a PID csak az ingóságokra vonatkozik (lásd az 1.1. szakaszt).

Az eladó az ár-összehasonlítást a PID 6a. cikkében szabályozott árcsökkentési bejelentéssel is összekapcsolhatja. Amint az a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvre vonatkozó útmutató 2.8.2. szakaszában szerepel, az ár-összehasonlítást végző eladónak a lehető **legnagyobb figyelmet kell fordítania** annak biztosítására, hogy az átlagfogyasztó az összehasonlítást – pl. az ajánlott kiskereskedelmi árral – ne tekintse árcsökkentésnek. Amennyiben megtévesztő megjelenítése miatt az átlagfogyasztó valójában árcsökkentésként érzékeli az ár-összehasonlítást, ez a gyakorlat a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv és a PID 6a. cikkének megsértését is jelentheti a „korábbi” ár helytelen bemutatása miatt.

4. SZABÁLYOZÁSI DÖNTÉSEK

A 6a. cikk (3)–(5) bekezdése lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy az alábbiak esetében eltérjenek az árengedményekre vonatkozó általános szabálytól:

- romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző áruk („romlandó áruk”),
- 30 napnál rövidebb ideje forgalomban lévő termékek („újonnan bevezetett áruk”), valamint
- egymást követő, 30 napon belüli árcsökkentések.

4.1. Romlandó áruk

6a. cikk

(3) A tagállamok ettől eltérő szabályokat állapíthatnak meg a romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző árukra vonatkozóan.

A 6a. cikk (3) bekezdésében biztosított lehetőség lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy eltérő szabályokat írjanak elő a romlandó vagy gyorsan lejáró árukra vonatkozóan. Az ilyen szabályok akár azt is jelenthetik, hogy **az ilyen árukat teljesen mentesítik a 6a. cikk hatálya alól**, vagy lehetővé teszik az eladó számára, hogy „korábbi” árként az árcsökkentést közvetlenül megelőző utolsó árat tüntesse fel.

A „romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző” áruk romlandó áruk, amelyeket gyakrabban kell kedvezményessé tenni ahhoz, hogy a lejárat idő közeledte miatt gyorsabban értékesítsék őket. Ezt a fogalmat a fogyasztók jogairól szóló irányelv ⁽²³⁾ 16. cikke (1) bekezdésének d) pontja is használja, amely úgy rendelkezik, hogy a távollevők között és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetében a fogyasztók nem rendelkeznek elállási joggal a „romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző áruk” tekintetében.

A fogyasztók jogairól szóló irányelv nem határozza meg a „romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző árukat”. A „romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző” jelzőhöz szükséges objektív kritériumok teljesülését eseti alapon kell értékelni. A romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző áruk közé tartoznak például a friss élelmiszerek és a rövid lejáratú italok. A tagállamok azon lehetősége, hogy eltérjenek az árcsökkentésre vonatkozó általános szabálytól, nem alkalmazható olyan árukra, amelyek fizikai összetételük és tulajdonságaik miatt nem romlandók, hanem csak kereskedelmi értelemben „járnak le”, mint például a szezonális ruházat ⁽²⁴⁾.

⁽²¹⁾ A különböző kereskedők árainak összehasonlítása a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 376., 2006.12.27., 21. o.) hatálya alá is tartozik, amely meghatározza az összehasonlító reklám engedélyezésének feltételeit.

⁽²²⁾ A digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések egyes vonatkozásairól szóló, 2019. május 20-i (EU) 2019/770 európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 136., 2019.5.22., 1. o.) 2. cikkének (1) bekezdése szerint „digitális formában előállított és szolgáltatott adatok”.

⁽²³⁾ A 2011/83/EU irányelv.

⁽²⁴⁾ Lásd: Iránymutatás a fogyasztók jogairól szóló 2011/83/EU irányelvhez: https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/consumer-rights-directive_en

A fogyasztók jogairól szóló irányelvben szereplővel azonos megközelítés érvényes e fogalomnak a PID szerinti értelmezésekor.

4.2. „Újjonnan bevezetett” áruk

6a. cikk

(4) Amennyiben a termék 30 napnál rövidebb ideje van forgalomban, a tagállamok a (2) bekezdésben meghatározott időtartamnál rövidebb időtartamról is rendelkezhetnek.

A 6a. cikk (4) bekezdésében biztosított lehetőség lehetővé teszi a tagállamok számára, hogy engedélyezzék az árcsökkentés bejelentését azon áruk („újjonnan bevezetett áruk”) tekintetében is, amelyeket a kereskedő kevesebb mint 30 napig értékesített az árcsökkentés bejelentése előtt. A lehetőség megfogalmazása tág, és (a legalább 30 napos alapértelmezett időszakkal) „rövidebb időszakra” vonatkozik.

A romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző árukra vonatkozó szabályozási döntéssel ellentétben, amelyre vonatkozóan a tagállamok „eltérő szabályokat” állapíthatnak meg, beleértve az ilyen termékeknek a 6a. cikk hatálya alóli mentességét, ez a szabályozási döntés csak a „rövidebb időszakra” vonatkozik. Ennek megfelelően nem értelmezhető úgy, hogy az magában foglalja azt a lehetőséget is, hogy ezen áruk teljes mértékben mentesüljenek a „korábbi” ár megállapításához szükséges referencia-időszak betartásának kötelezettsége alól.

Ezért amennyiben a tagállamok úgy döntenek, hogy élnek ezzel az általános szabálytól való eltérés lehetőségével, **konkrét időszakot** kell meghatározniuk a „korábbi” ár meghatározására, vagy pedig **lehetővé kell tenniük a kereskedők számára, hogy maguk határozzák meg az időtartamot, és ezt az időszakot a megfelelő „korábbi” árral együtt tüntessék fel.** Ebben az utóbbi esetben, ha a konkrét referencia-időszakot a nemzeti szabályok nem határozzák meg, a szóban forgó árukra vonatkozó árcsökkentési bejelentések tisztességességét továbbra is eseti alapon értékeli a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv alapján.

A „piaci jelenlét” fogalmát a 6a. cikk első és második bekezdésében meghatározott általános szabály összefüggésében kell értelmezni, amely az árcsökkentést bejelentő konkrét kereskedő intézkedéseire utal. Ezért ebben az összefüggésben a „piac” az áruknak az adott kereskedő általi eladására vonatkozik, a PID 2. cikkének d) pontjában meghatározottak szerint.

Az árukat úgy kell tekinteni, mint amelyek már forgalomban voltak, ha az **eladó ugyanazon árura vonatkozó ajánlatot** egy megszakítási időszak után visszaállítja, például azt követően, hogy az áruk ideiglenesen kikerültek a készletből, vagy szezonális áruk, például téli/nyári ruhák esetében. Ebben az esetben, mivel az ilyen áruk szigorúan véve nem újjonnan bevezetettek, a 6a. cikk (4) bekezdésében előírt kivétel nem alkalmazható.

Ezekben az esetekben azonban a kereskedő a „korábbi” ár meghatározásának referencia-időszakaként választhat **hosszabb időszakot**, amelynek során az árut összesen legalább 30 napig kínálta eladásra. Ezért, ha az eladó egy megszakítási időszak után ismét eladásra kínál egy árut, az eladó árcsökkentést jelenthet be, amelyben a megszakítás előtti referencia-időszakban (például az elmúlt évben) alkalmazott legalacsonyabb árat tünteti fel „korábbi árként”, feltéve, hogy:

- az árut összesen legalább 30 napig kínálták eladásra a referencia-időszak alatt, valamint
- a feltüntetett „korábbi” ár a teljes referencia-időszak legalacsonyabb ára.

Eseti elbírálás alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkével összhangban megkövetelhető a kereskedőtől, hogy tájékoztassa a fogyasztót, ha a feltüntetett „korábbi” ár olyan ár, amelyet nem az árcsökkentést közvetlenül megelőző időszakban, hanem például az előző szezonban alkalmaztak.

4.3. Fokozatos árcsökkentések

6a. cikk

(5) A tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy ha az árcsökkentés mértéke fokozatosan növekszik, akkor a korábbi ár az árcsökkentés első alkalmazása előtti, az árcsökkentés nélküli ár.

A 6a. cikk (5) bekezdésében előírt szabályozási döntés akkor alkalmazandó, ha az árat ugyanazon értékesítési kampány során **megszakítás nélkül** fokozatosan csökkentik. Ebben az esetben a „korábbi” ár az árcsökkentés első bejelentésének alkalmazását megelőző 30 napban a legalacsonyabb ár, és továbbra is a „korábbi” ár marad az értékesítési kampány során minden későbbi árcsökkentésre vonatkozó bejelentés esetében.

- Például az áru legalacsonyabb ára az értékesítési kampány kezdetét megelőző 30 napban 100 EUR volt. Az eladó 100 EUR-t tüntet fel „korábbi” árként, amikor bejelenti az első árcsökkentést (pl. 10 % kedvezmény), majd ugyanezt a „korábbi” árat a következő 20 %-os és 30 %-os árcsökkentés bejelentésekor is megtarthatja.

Más a helyzet a 30 napos időszakban folytatott, egymást követő értékesítési kampányok esetében (pl. olyan promóciók esetében, mint „decemberben 20 % kedvezmény minden vasárnap” vagy az egymást követő „szinglik napja”, „fekete péntek”, „kiberhétfő” vagy karácsonyi értékesítési kampányok novemberben/decemberben). Az ilyen egymást követő értékesítési kampányok esetében, amikor az árat fokozatosan (rövid) időszakokban emelik, a 6a. cikk általános szabályát kell alkalmazni, és a „korábbi” ár minden egymást követő árcsökkentés esetében legalább az elmúlt 30 nap során a legalacsonyabb ár, azaz beleértve a korábbi promóciók során alkalmazott csökkentett árat.

A 6a. cikk (1) és (2) bekezdése megkerülésének elkerülése érdekében az (5) bekezdést szűken kell értelmezni. Ennek megfelelően csak akkor alkalmazható, ha az árat fokozatosan, megszakítás nélkül csökkentik, és a folyamatos árcsökkentés során nem növelik a feltüntetett „korábbi” árat.

ISSN 1977-0979 (elektronikus kiadás)
ISSN 1725-518X (nyomtatott kiadás)



Az Európai Unió Kiadóhivatala
L-2985 Luxembourg
LUXEMBURG

HU