

Multidiszciplináris kihívások Sokszínű válaszok

A BGF KVIK KÖT TANULMÁNYKÖTETE

KULTÚRA
VALÓSÁG
INFORMÁCIÓ
FEJLESZTÉS

2015/3



Budapesti Gazdasági Főiskola, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar,
Közgazdasági Intézeti Tanszéki Osztály Tanulmánykötete

On-line tanulmánykötet

Kiadó neve: BGF KVIK Közgazdasági Tanszéki Osztály

Kiadó székhelye: Bp, 1054, Alkotmány utca 9-11. I. em. 121.

Kiadásért felelős személy: dr. Hamar Farkas Ph.D.

Főszerkesztő: dr. Hamar Farkas Ph.D.

A borító Czeizel Balázs grafikus ötlete alapján készült

ISSN:

MULTIDISZCIPLINÁRIS KIHÍVÁSOK
SOKSZÍNŰ VÁLASZOK

2015/3. kötet

A fogyasztók etikai és jogi védelme

Hamar Farkas – Hámori Antal (szerk)

**Budapesti Gazdasági Főiskola,
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar,
Közgazdasági Intézeti Tanszéki Osztály Tudományos Műhely
Közgazdasági és Társadalomtudományi Szimpóziuma
Erkölc- és Jogtudományi Szekciójának Tanulmánykötete**

Budapest, 2015. október

Kereskedelmi kommunikáció és fogyasztóvédelem – a fogyasztó verseny- és reklámjogi védelme

Bevezetés

A fogyasztóvédelem a versenyjogban illetve a tág értelemben vett reklámjogban sajátos kölcsönhatást mutat, amit normatív rendszertani hullámzás is jellemez. Különösen igaz ez a legutóbbi – 2014 nyarán hatályosuló - magyarországi szabályozási fejleményekre, amely a reklámtörvényből (Grt.) a versenytörvény (Tpvt.) tisztességtelen verseny elleni jogába vezette vissza a B2B megtévesztő reklám és az összehasonlító reklám szabályozását, visszatérve ezzel a német jogcsaládhoz kötődő gyökerekhez, jelesül a német tisztességtelen verseny elleni jog hagyományos normatív modelljéhez.

Különösen érdekes ez a fordulat azt követően, hogy 2008-ban a fogyasztóvédelmi közjog a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó átfogó törvény megalkotásával egyidejűleg jelentősen átrendezte az addigi magyar reklámszabályozást. A tanulmány arra tesz kísérletet, hogy felvázolja a fogyasztóvédelem azon aspektusát, amely a kereskedelmi kommunikáció közjogi szabályozásából olvasható ki, különös tekintettel ennek integrációs – azaz európai uniós – gyökereire és kapcsolódási pontjaira. Itt szükséges utalni arra, hogy a tárgyalt téma történeti gyökerei a tisztességtelen verseny elleni szabályozáshoz nyúlnak vissza, hiszen a fogyasztók manipulálására vezető, illetve a versenytársakat sértő tisztességtelen piaci fogásokat tilalmazó törvényi tényállások (így a jogellenes összehasonlítás, vagy a szolgálai utánzás) ezen a területen bukkantak fel.

A tisztességtelen verseny és az Európai Unió joga

A tisztességtelen verseny elleni jog területén az Európai Unióban – a korábban említettek szerint átfogó elsődleges közösségi jogot nem találunk. Ez azt jelenti, hogy a tisztességtelen verseny egyes területein (alapvetően a reklámozással kapcsolatosan) kiadott irányelvek is nagyfokú szabadságot adnak a nemzeti jogoknak a kérdés rendezésére, mind a tartalmi, mind az eljárási kereteket illetően. A nemzeti jogalkotásban azonban ezeken felül is figyelemmel kell lenni az alábbi uniós jogi korlátokra: a kereskedelem, a kereskedelmi kommunikáció mint szolgáltatás és mint információ is élvezi az uniós szabadságjogok közül az áruk és szolgáltatások transzferjének szabadságát. Ezzel összefüggésben alkalmazandó a Római szerződés (továbbiakban RSZ.) 30. cikkelye, amely a mennyiségi korlátozások tilalmát írja elő, valamint a 36. cikkely, ami a nemzeti jogok számára – taxatíve rögzített szűk körben (mint az élet és egészségvédelem, a környezetvédelem, a tulajdon védelme stb.) – lehetőséget biztosít jogi korlátok felállítására. Ez például a kereskedelmi kommunikáció, a reklámok szempontjából azt jelenti, hogy a reklámok sugárzása és tartalma csak az RSZ. hivatkozott rendelkezéseibe rögzítettek alapján, a felsoroltak által meghatározott körben, és okokból korlátozható. Megítél-

lésem szerint ide tartozó kérdés, hogy az RSZ. az általa megjelölt közcélokra visszavezetett korlátozások diszkriminatív vagy önkényes alkalmazására külön tilalmat rendel. A diszkriminációmentes alkalmazás értelmezésének alapjait a „Cassis de Dijon” eset bírói indoklására vezeti vissza a szakirodalom.¹ 1993-ban az Európai Bíróság gyakorlatában a tagállamok mozgási szabadságát szélesítő fordulat állt be, amelyet a „Chec & Mittuard” esettel jegyeznek².

Az Európai Bíróság kialakult és következetesen alkalmazott gyakorlata szerint nem sértik az áruk és szolgáltatások szabad forgalmának elvét, tehát az uniós jog szerint elfogadhatók a tagállamok közötti kereskedelemben alkalmazott korlátozások, amelyek a kereskedelemre vonatkozó eltérő nemzeti jogi előírásokból adódnak, feltéve, hogy az ilyen belső jogi korlátok megalkotását olyan „kényszerítő körülmények” indokolják, mint a hatékony adóellenőrzés, a közegészség védelme, a kereskedelmi forgalom tisztessége és a fogyasztóvédelem³.

Ide tartozó kérdés, hogy a „fogyasztóvédelem” az 1970-es évek második felétől nagyobb hangsúlyt kapott az uniós szabályozásban, bizonyos értelemben „levált” az uniós szabadságjogok levezetéséből adódó közvetett szabályozási keretéről. Az EGK Tanácsa 1975. április 15-én elfogadta az első fogyasztóvédelmi program alapdokumentumát⁴. A fogyasztói jogok úgynevezett Közösségi „Magna Chartája” öt fogyasztóvédelmi alapjogot deklarált, amelyek közül több is érintkezik a tisztességtelen piaci verseny elleni szempontrendszerrel. A fogyasztói alapjogok az alábbiak szerint foglalhatók össze:

1. egészség és biztonság védelme,
2. a fogyasztók gazdasági érdekeinek védelme,
3. kárigény érvényesítésének biztosítása,
4. információhoz és oktatáshoz való jog,
5. képviselőlet joga (meghallgatás az igényérvényesítés során).

Az Európai Uniót létrehozó Maastrichti Szerződés IX. Fejezete végül alapszerződési szintre emelte a fogyasztóvédelmi politikát, és – többek között – 129. a) cikkelyének 1. b) pontjában a Tanács számára „speciális intézkedés” (specific action) foganatosítását tette lehetővé, amellyel adott esetben támogatja és kiegészíti a tagállami fogyasztóvédelmi politikát a fogyasztók egészségének és biztonságának, valamint gazdasági érdekeinek védelmében és a fogyasztók tájékoztatásának körében⁵. Ez nyilvánvalóan a tisztességtelen verseny elleni joggal határos, bizonyos értelemben átfedésben lévő terület. Mindazonáltal az uniós fogyasztóvédelmi jogalkotás terjedelme és legitimitációja sokáig szorosan kapcsolódott a szubszidiaritás kérdéséhez, nevezetesen ahhoz, hogy az Unió mindazon kérdésekben, amelyek nem tartoznak a kizárólagos hatáskörébe, csak akkor járhat el, ha az adott védelmi célt a tagállamok nem képesek elérni vagy az adott kérdés uniós szinten hatékonyabban kezelhető⁶.

A tisztességtelen verseny elleni jog területén az Uniós jogban kezdetben kizárólag a reklámokkal kapcsolatosan, és ott is csak direktívákat találtunk. A megtévesztő reklámok (84/450. sz. EGK irányelv a félrevezető reklámozással kapcsolatos rendelkezések egységesítéséről) kérdésében 1984-ben kibocsátott direktívát 1989-ben a televíziós reklámokra vonatkozó reklámtilalmakat állító irányelv (89/552. sz. EGK irányelv) követte, majd a megtévesztő reklámokról szóló direktíva módosítása tárgyában megszületett az összehasonlító reklámokkal