

IX. Fejezet. A GVH fogyasztóvédelmi tevékenysége az online térben, különös tekintettel a nagy technológiai óriások elleni eljárásokra

1. Bevezetés
2. A nagy technológiai óriások elleni fellépés jogszabályi háttere
3. A GVH versenyfelügyeleti eljárásai digitális szolgáltatást nyújtó óriásvállalatokkal szemben
 - 3.1. Elégtelen, megtévesztő tájékoztatási gyakorlat
 - 3.2. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok, sürgető üzenetek
 - 3.3. Megtévesztő ingyenes állítás
 - 3.4. Rejtett költségekkel befolyásolás
 - 3.5. Célzott reklámozás, ingyenesség, adattal való fizetés dilemmái
4. Vizsgálat az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán
5. Átfogó gyorselemzések
6. Piacelemzés a mesterséges intelligencia hatásairól
7. Összefoglalás
8. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bevezetés

A digitális átállás folyamatos innovációval és soha nem látott sebességgel zajlik a szemünk előtt. A naponta megjelenő új technológiák további lehetőségeket, ugyanakkor veszélyeket is hordoznak az emberiség számára. A figyelemgazdaság felismerése óta⁷²⁷ – az egyre jobb hardver és szoftver technológiáknak köszönhetően – mára az adatvezérelt döntéshozatal vált jellemzővé nem csupán az üzleti világban, hanem a kormányzati szektorokban is. A figyelemgazdaságban a bőséges – sokszor redundáns – információkat kínáló szereplők a fogyasztók figyelméért és idejükért, mint korlátozott erőforrásért versenyeznek. A fogyasztók döntési folyamatát nem egy esetben szoftverek befolyásolják bonyolult algoritmusok segítségével. Az internet és a digitális gazdaság „kitermelte” a maga médiamonopóliumait, amint azt feszegeti könyvében Matthew Hindman.⁷²⁸ A technológiai óriásvállalatok élen járnak a platformjaikon megforduló felhasználók – legyenek azok fogyasztók vagy kisebb piaci szereplők – adatainak megszerzésében és kiaknázásában, így téve szert elképesztő bevételekre, illetve busás haszonra.

Szinte nincs már olyan ember, akinek az életére ne lenne hatással az online világ, vagy aki ne találkozott volna valamely nagy digitális platform nyújtotta szolgáltatással. Azok a fogyasztók, akik napi szinten használnak számítógépet vagy okos eszközöket, sokszor kiszolgáltatott helyzetben vannak az interneten a technológiai óriásokkal szemben. Európá-

⁷²⁷ Herbert, 1971.

⁷²⁸ Hindman, 2018.

ban a felhasználók 72%-a szeretné tudni, hogyan kezelik adataikat a közösségi média használatakor.⁷²⁹ A digitális jogok és elvek témakörében 2021 őszén készített Special Eurobarometer 518 riport⁷³⁰ szerint az Európai Unióban tíz válaszadóból nyolc gondolja úgy, hogy az internet és a digitális eszközök fontos szerepet játszanak a jövőben is. A felmérésben résztvevők ugyanilyen arányban tartják hasznosnak, hogy az Európai Bizottság a sikeres digitális átalakulás biztosítása érdekében közös európai jövőképet alakít ki az európai digitális jogokkal kapcsolatban.

Az elmúlt évek hazai és nemzetközi online fogyasztóvédelmi és versenyjogi ügyei és az azokban hozott hatósági és közigazgatási bírósági döntések rávilágítottak arra, hogy nagyon időszerű volt egy biztonságosabb digitális tér kialakítása, a digitális szolgáltatások felhasználóinak, a fogyasztók alapvető jogainak védelme érdekében mind szabályozási, mind jogalkalmazási eszközökkel.

A digitális szolgáltatásokat nyújtó online közvetítők és platformok, az online piacterek, a közösségi hálózatok, a tartalommegosztó platformok, az alkalmazásboltok, valamint az online utazási és szállásplatformok szabályozásában az Európai Bizottság kétséget kizáróan úttörő szerepet tölt be. A digitális piacokon a rendszerszintű szerepet betöltő úgynevezett kapuőr platformok szűk keresztmetszetet jelentenek a vállalkozások és a fogyasztók közötti digitális szolgáltatások áramlásában, ezért az egyenlő versenyfeltételek megteremtése, az innováció és a versenyképesség előmozdítása alapvető fontosságú, így „*a digitális átalakulás szabályozása terén az EU élen jár, annak egyértelmű modellalkotója és innovátora*”.⁷³¹

A fentiek tükrében joggal merül fel tehát, hogy a magyar fogyasztóvédelmi szabályozás képes volt-e az új kihívásokra gyors és hatékony válaszokat adni? Érdemes áttekinteni, hogy a GVH mint az egyik magyar fogyasztóvédelmi jogalkalmazó szerv mit tudott tenni eddig a fogyasztók védelme érdekében? A jelen fejezet a GVH jogalkalmazói gyakorlatának – példákkal alátámasztott – fogyasztóvédelmi tapasztalatait mutatja be. Szó lesz a jogsértések feltárásáról és felszámolásáról, átfogó gyorselemzésekről, gyorsított ágazati vizsgálatról, valamint a mesterséges intelligencia hatásairól.

2. A nagy technológiai óriások elleni fellépés jogszabályi háttere

A tisztességes gazdasági verseny és a fogyasztók jogainak védelme az Alaptörvényben is lefektetésre került. Az M) cikk (2) bekezdése kimondja, hogy „*Magyarország biztosítja a tisztességes gazdasági verseny feltételeit. Magyarország fellép az erőfölénnyel való visszaéléssel szemben, és védi a fogyasztók jogait.*” Az Alkotmánybíróság 8/2014. (III. 20.) AB

⁷²⁹ European Commission (2022). *Digital Rights and Principles Factsheet*. Publications Office of The European Union (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-rights-and-principles-factsheet> – letöltés: 2024.02.09.).

⁷³⁰ European Commission (2021). *Digital Rights and Principles, Special Eurobarometer 518 Report*. Publications Office of The European Union (<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2270> – letöltés: 2024.02.09.).

⁷³¹ Tóth, 2022, pp. 78-102.

határozata indokolásának [61] bekezdése kimondja, hogy az Alaptörvény M) cikk (2) bekezdése második mondatából az államnak alkotmányos kötelezettsége keletkezik, amely többek között kiterjed a fogyasztók jogait biztosító jogszabályok megalkotására is.

A GVH a nagy technológiai óriásokkal szemben indított versenyfelügyeleti eljárásai során a Tptv. és az Fttv. eljárási szabályait alkalmazza az Ákr. keretei között.

Magyarország 2024-ben ünnepli az Európai Unióhoz való csatlakozás huszadik évfordulóját. Hazánk csatlakozásával a GVH is tagja lett az Európai Bizottság Versenyjogi Főigazgatóságából és a tagállami versenyhatóságokból álló Európai Versenyhálózatnak⁷³² (ECN), s így bekerült az uniós versenyjog alkalmazói közé. A fogyasztóvédelmi jogalkalmazás szempontjából is egyértelműen előnyös a GVH számára, hogy aktív tagja a tagállami hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózatnak⁷³³ (CPC).

A GVH-nak munkája során szem előtt kell tartania a digitális szolgáltatásokról szóló jogszabályt (DSA rendelet⁷³⁴), amely 2022. november 16-án lépett hatályba,⁷³⁵ és amely 2024. február 17-től közvetlenül alkalmazandó az egész Európai Unióban. A DSA rendelet célja, hogy „*hozzájáruljon a közvetítő szolgáltatások belső piacának megfelelő működéséhez, az olyan biztonságos, kiszámítható és megbízható online környezetre vonatkozó harmonizált szabályok meghatározásával, amely elősegíti az innovációt, és amelyben a Chartában rögzített alapvető jogok, köztük a fogyasztóvédelem elve hatékony védelmet élveznek*”.⁷³⁶ A legalább 45 millió/hó aktív felhasználóval rendelkező online platformoknak legkésőbb 2023. február 17-ig kötelességük volt a Bizottság felé jelenteni az aktív felhasználók számát. A Bizottság 2023. április 25-én közzétette⁷³⁷ 17 nagy online platform⁷³⁸ (*Very Large Online Platforms – VLOPs*) és 2 nagy keresőmotor⁷³⁹ (*Very Large Online Search Engines – VLOSEs*) nevét. E platformoknak 4 hónapon belül teljesíteniük kellett a DSA szerinti kötelezettségeiket és meg kellett küldeniük a Bizottságnak az első éves kockázatértékelésüket. Az uniós tagállamoknak 2024. február 17-ig kellett kinevezniük a digitális szolgáltatási koordinátorokat, amely időponttól a 45 millió/hó-nál kevesebb aktív felhasználóval rendelkező platformoknak is meg kell felelniük a digitális szolgáltatásokra vonatkozó valamennyi szabálynak.

⁷³² European Competition Network (ECN), https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³³ Consumer Protection Cooperation Network (CPC), https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/consumer-protection-cooperation-network_en (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁴ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet, EGT-vonatkozású szöveg), 2022.10.27. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_6906 (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁶ Ld. DSA rendelet 1. cikk (1)–(2) bekezdés.

⁷³⁷ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_2413 (letöltés: 2024.03.27.).

⁷³⁸ VLOPs: Alibaba AliExpress, Amazon Store, Apple AppStore, Booking.com, Facebook, Google Play, Google Maps, Google Shopping, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Wikipedia, YouTube, Zalando.

⁷³⁹ VLOSEs: Bing, Google Search.

Szintén 2022-ben jelent meg a digitális piacról szóló jogszabály (DMA rendelet⁷⁴⁰), amely egységes szabályrendszert alkot a DSA-val. A fogyasztóvédelmi szabályozás szempontjából releváns joganyag még a 2019/2161 irányelv („Omnibus-irányelv”⁷⁴¹) és annak nyomán a 2022. május 28-ától hatályba lépett módosítások,⁷⁴² többek között ide tartozik az árfeltüntetésről szóló 98/6/EK irányelv (PID⁷⁴³).

A DSA kimondja, hogy nem érinti a fogyasztóvédelmi uniós jogszabályokat⁷⁴⁴ – ideértve az UCP Irányelvet⁷⁴⁵ is –, ugyanakkor lehetnek olyan online közvetítői szolgáltatók által tanúsított magatartások, amelyek egyszerre sérthetik a DSA-t és a UCP Irányelvet magyar jogba átültető Fttv.-t. A Tptv. Harmadik Része a GVH versenyfelügyeleti eljáráson kívüli eljárásairól (benne Piacelemzés és ágazati vizsgálat című VIII. Fejezettel) rendelkezik. Ez a digitális fogyasztóvédelem területén is hatékony eszközöket jelent a magyar versenyhatóság kezében.

3. A GVH versenyfelügyeleti eljárásai digitális szolgáltatást nyújtó óriásvállalatokkal szemben

Az elmúlt években a GVH több, digitális szolgáltatást nyújtó globális, vagy multinacionális vállalkozás ellen folytatott versenyfelügyeleti eljárást a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmába ütköző kereskedelmi gyakorlat miatt. Bár az Fttv.

⁷⁴⁰ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály, EGT-vonatkozású szöveg), 2022.10.12. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R1925> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴¹ Az Európai Parlament és a Tanács 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, L 328/7, 2019.12.18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴² Az Európai Parlament és a Tanács 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, 2021. 12. 18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX%3A32019L2161> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴³ Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről, 1998.03.18. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A31998L0006> – letöltés: 2024.03.27.).

⁷⁴⁴ DSA rendelet, (10).

⁷⁴⁵ Ld. 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. 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 (2021/C 526/01; EGT-vonatkozású szöveg; „UCPD-iránymutatás”), 2021. 12. 29. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2021:526:FULL&from=EN> – letöltés: 2024.03.27.).

nem ismeri a sötét mintázat kifejezést, de az online, fogyasztókat megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatok tárgyalásához mindenképpen szükséges kitérni röviden a sötét mintázatok („dark patterns”) mibenlétére, mivel a következőkben bemutatott ügyek jelentős részében ebbe a kategóriába eső módszereket vetettek be a vállalkozások.

A sötét mintázatok elnevezést 2010-ben Harry Brignull, felhasználói dizájnspecialista használta először. Az elmúlt években számos fogalommeghatározással és még több csoportosítási móddal találkozhattunk.⁷⁴⁶ Az azonban mindegyik definícióban közös, hogy sötét mintázatoknak olyan digitális felületeken megjelenő megoldásokat tekintenek, amelyek célja, hogy a felhasználókat olyan döntés meghozatalára készítsék, amelyet ezen kialakítások hiányában nem hoztak volna meg, és ez kárt okoz(hat) a fogyasztóknak.

3.1. Elégtelen, megtévesztő tájékoztatási gyakorlatok

Az információk vizuális elrejtésének (ún. „elrejtett információ”) módszerével, mint sötét mintázattal kapcsolatban több kutatás⁷⁴⁷ is bebizonyította, hogy az nem csak, hogy torzíthatja a fogyasztók ügyleti döntését, de más sötét mintázatokhoz képest a torzítás mértéke nagyobb. Ennek hátterében az áll, hogy ez a fajta sötét mintázat a fogyasztók számára a legkevésbé észlelhető. A kutatások alapján ugyanis elmondható, hogy minél kevésbé érzékel a fogyasztó egy, a döntésének befolyásolását célzó megoldást (sötét mintázatot), az annál jobban képes torzítani a fogyasztó választását.

A GVH több, az információ elrejtését célzó módszert alkalmazó „BigTech” cég ellen is indított versenyfelügyeleti eljárást, amelyekben azt vizsgálta, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak-e a vállalkozások az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt („megtévesztő mulasztás”), vagy a 3. § (2) bekezdés („generálklauzula”) szerinti magatartás megvalósításával.

A VJ/32/2016. számú ügyben a GVH Versenytanácsa 100 millió forint bírság kiszabása mellett megállapította, hogy az Apple Inc. 2015 szeptemberétől a magyarországi fogyasztókat érintő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, mert az ún. Wi-Fi-asszisztens szolgáltatással kapcsolatban egyes lényeges jellemzőket nem közölt, amely révén elhallgatott az iOS 9 operációs rendszerrel (és így végső soron az érintett Apple készülékek használatával) kapcsolatban lényeges információkat. A fogyasztók számára lényeges információként azonosította a Versenytanács, hogy a Wi-Fi-asszisztens szoftver-frissítés, illetve okostelefon üzembehelyezése során automatikusan aktiválódik, de van lehetőség kikapcsolni, továbbá, hogy a Wi-Fi-asszisztens szolgáltatás egyik funkciója, hogy gyenge Wi-Fi jel esetében automatikusan mobilinternet hálózatra kapcsolja a készüléket, amely miatt a felhasználónál megnövekedett mobiladat-forgalomra lehet számítani. A VJ/32-164/2016. számon kiadott határozat⁷⁴⁸ szerint az is elvárható lett volna az Apple Inc.-től, hogy a Wi-

⁷⁴⁶ Pl. OECD „Dark commercial patterns”, OECD Digital Economy Papers, No. 336, OECD Publishing (2022), Paris, <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en> (letöltés: 2022.12.05.), vagy Európai Bizottság „Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation”, 2022. április. 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en> – letöltés: 2022.12.05).

⁷⁴⁷ OECD „Dark commercial patterns” (2022), 21-23.

⁷⁴⁸ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_32_2016_164 (letöltés: 2024.03.28.).

Fi-asszisztens (hiányolt) lényeges jellemzőiről a telepítéssel, illetve a frissítéssel azonos platformon és egy időben tájékoztassa a fogyasztókat, mivel a használt kommunikációs csatorna jellege ezt lehetővé tette volna. Hiába voltak ugyanis közvetetten elérhető információk egyéb, további felületeken (illetve egyes kommunikációs csatornák esetében az információk csak többszörös legörgetés után voltak elérhetők), azok a Versenytanács szerint nem képeztek szerves egységet a főkommunikációval, mert a telepítési folyamat során egy kattintással (illetve legörgetés nélkül) nem érhetette el a fogyasztó magyar nyelven valamennyi, szükséges és lényeges információt. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerinti átlagfogyasztó jellemzőjeként mondta ki a Versenytanács, hogy az ilyen fogyasztó nem olvassa el a teljes weboldalt, ezért növeli annak a lehetőségét, hogy a fogyasztóhoz nem jut el egy információ, ha az csak legörgetéssel érhető el.

A VJ/88/2016. számú GVH eljárás tárgya a Google LLC két szolgáltatásával, az Allo chatkliens (intelligens üzenetküldő alkalmazás) bevezetésével és Google-fiók funkcióbővülésével kapcsolatos tájékoztatási gyakorlata volt. A GVH többek között azt vizsgálta, hogy az Allo chatkliens telepítése során a fogyasztó az alkalmazás adatkezeléséről és adattárolási módjáról megfelelő tájékoztatást kapott-e. A Versenytanács hangsúlyozta, hogy nem az adatvédelmi kérdések képezték a vizsgálat tárgyát, mert *„még az adatvédelmi szabályok betartása esetén is sérülhet a fogyasztónak a nem torzított üzleti döntés meghozatalához való joga, ha valamely olyan, fentiek szerinti információt nem kap meg vagy nem időszerűen, nem érthetően stb., amely a tájékozott döntéséhez szükséges”*. A VJ-88-71/2016. számú határozat⁷⁴⁹ utal arra, hogy az online világban általában nem az információk rendelkezésre állásának hiánya nehezíti meg a fogyasztók számára egy-egy döntés meghozatalát, hanem az információk nagy mennyisége, amelyek közül a fogyasztóknak meg kell keresniük és ki kell válogatniuk a számukra releváns információkat. Mindezekre tekintettel fogalmazta meg a Versenytanács azt az elvárást, hogy az adatkezelésről szóló tájékoztatás olyan (kiegyensúlyozott, egyértelmű, értelmezhető és ellentmondásmentes) módon valósuljon meg, hogy annak lényegét, a kockázatokat átlássa a fogyasztó, ezáltal fel tudja mérni, hogy az adatkezelés milyen hatással jár a magánszférájára. Az eljárás végül jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül zárult, mivel a Versenytanács elfogadta a Google LLC kötelezettségvállalását, amelynek keretein belül a szolgáltató külön az adatkezeléssel kapcsolatos, magyar nyelvű tájékoztató aloldalt hozott létre, módosította az alkalmazásáruházból az Allo chatkliensről elérhető leírást, az alkalmazás telepítésének menetét, valamint az érintett felhasználókat közvetlen üzenetben értesítette a tájékoztatási aloldallal.

Szintén kötelezettségvállalással zárult a VJ/18/2017. PayPal ügy⁷⁵⁰, amely azért indult, mert a GVH valószínűsítette, hogy a PayPal (Europe) S.á.r.l. et Cie, S.C.A. tájékoztatásai időszerűtlenek, hiányosak a pénznemváltást igénylő fizetéseknél alkalmazott árfolyamokról, illetve azok módosítási lehetőségeiről, így e tájékoztatások megtévesztőek a fogyasztók számára. Az alapbeállítás szerint a szolgáltató saját árfolyamán végezte az átváltást, és

⁷⁴⁹ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_88_2016_7 (letöltés: 2024.03.28.).

⁷⁵⁰ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2017/vj_18_2017_120 (letöltés: 2024.03.28.).

ugyan volt lehetőségük a fogyasztóknak, hogy a kártyakibocsátó bankjuk által alkalmazott árfolyamon történő váltást válasszák, de erről a lehetőségről vizuálisan nehezen észlelhetően és homályos megfogalmazással tájékoztatták a fogyasztókat. A kötelezettségvállalás nyomán a www.paypal.com oldalt úgy alakította át a szolgáltató, hogy a különböző átváltási árfolyamok együtt jelennek meg, valamint a fogyasztók tájékoztatását is kibővítették és egyértelműsítették.

A 2018-ban létrehozott, és a fiatalok (11-24 év közöttiek) körében viharos gyorsasággal Magyarországon és világszerte nagy népszerűsége szert tett TikTok videómegosztó ellen a VJ/24/2020. számon indult versenyhivatali eljárás. A GVH azt valószínűsítette, hogy a szolgáltatásról, annak lényeges jellemzőiről (így az adatkezeléséről) nem az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható szakmai gondossággal tájékoztatják a fogyasztókat. Valószínűsítette azt is a GVH, hogy a szakmai gondosság követelményét sértheti azzal a TikTok, hogy a szerződéses feltételek nem érhetőek el magyar nyelven. Vizsgálati szempont volt továbbá az is, hogy az elvárható szakmai gondossággal jár-e a TikTok annak érdekében, hogy a gyermek- és fiatalkorúak reklámoknak való kitettségét moderálja, mivel ez a korosztály kevésbé tudatos és tapasztalatlan a reklámok, kereskedelmi célú gyakorlatok azonosításában. Az ügyet lezáró, VJ/24-185/2020. számú határozatban⁷⁵¹ a Versenytanács rögzítette, hogy *„önmagában az felveti a szakmai gondosság elvárt szintjének a sérelmét, ha egy piaci szereplő csak szabályzatokon, szerződéses feltételeken keresztül ismerteti a – jelentős arányban kiskorú – fogyasztóival a terméke alapvető jellemzőit. Különösen jelentős ez a sérelem, ha egyébként a termék, a szolgáltatás igénybevételének jellege miatt magától értetődően adódna az in-platform, azaz a letöltési, a regisztrációs vagy az egyéb felhasználási folyamatba épített, közérthető és egyértelmű kommunikáció, aminek sem terjedelmi, sem tartalmi/formai korlátjai nincsenek (azaz a fogyasztóknak adott tájékoztatás kontextus idegen).”* A Versenytanács hozzáfűzte, hogy azt tartaná kívánatosnak, ha a platformszolgáltatók olyan egyszerű és világos üzeneteket közvetítenének a felhasználók számára, amely megkönnyítené az adatkezeléssel kapcsolatos döntések meghozatalát, például akként, hogy 3-4 adatkategóriára lehetővé tennék a teljes engedélyezést és/vagy tiltást.

A videómegosztó platform üzemeltetőivel szemben több országban (USA, Hollandia, Olaszország, Írország) is bírságot szabtak ki a hatóságok, ugyanakkor a GVH eljárása olyan kötelezettségvállalás elfogadásával zárult, amely érdemben és globális szinten is javíthatja a fogyasztók tájékozódását. Az információs célú Adatközpont és szolgáltatás legfontosabb jellemzőiről szóló TikTok videók beiktatása a hírfolyamba egyaránt segítséget nyújtanak ahhoz, hogy a felhasználók tudatosabb döntéseket hozzanak a szolgáltatással kapcsolatban. A gyermek- és fiatalkorúak védelmét szolgálják a vállalatok azon részei, amelyek szerint a platform üzemeltetői (a TikTok Inc. és TikTok Technology Limited) népszerűsítik a képernyőidő, szülői felügyelet és egyéb, a gyermekeket védő beállításokat, valamint önként 20%-ban korlátozzák a hírfolyamban megjelenített hirdetések arányát.

⁷⁵¹ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-242020185 (letöltés: 2024.03.28.).

Az elmúlt időszak legújabb technológiai újdonsága, a mesterséges intelligencia sem esik ki a GVH látóköréből. A VJ/20/2023. ügyszámon indult és a kézirat zárásakor még folyamatban lévő eljárásban⁷⁵² a Microsoft Ireland Operations Limited mesterséges intelligencián alapuló, chat funkcióval kiegészített keresőszolgáltatását, az ún. „új Bing szolgáltatását” vizsgálja a GVH, többek között abból a szempontból, hogy vajon az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható szakmai gondossággal tájékoztatja-e a fogyasztókat a Microsoft a szolgáltatása (melyet időközben Copilotra neveztek át) teljeskörűségére, megbízhatóságára, naprakészségére és megalapozottságára vonatkozóan. A vizsgálat tárgya az is, hogy megfelelően tájékoztatják-e a felhasználókat a szolgáltatás alapját képező adatok felhasználásával kapcsolatban (így például, hogy a megosztott adatokat a Microsoft miként használja fel a mesterséges intelligencia algoritmusának betanításához, mennyiben jeleníti meg őket más felhasználók kereséseire válaszolva, illetve hogyan lehet ezen adatokat eltávolíttatni).

3.2. Agresszív kereskedelmi gyakorlatok, sürgető üzenetek

A sötét mintázatok között lehet olyan típusú manipulációkat is azonosítani, amelyek – az elrejtett információk ellentétjeként – az intenzív kommunikációra helyezik a hangsúlyt és a fogyasztókat jellemzően a népszerűséget kihangsúlyozó, vagy időbeli korlátozottságra vonatkozó állításokkal sürgetik, pszichésen befolyásolják a döntéshozatal során. Az ilyen magatartások az Fttv. 8. §-ában, illetve a melléklet 7. pontjában meghatározott agresszív kereskedelmi gyakorlatként minősíthetők.

A szálláshelyek kínálatait a világ minden tájáról összegyűjtő www.booking.com gyakorlatát a VJ/17/2018. ügyszámú eljárásban vizsgálta a GVH. A 2 milliárd 500 millió forintos bírságot kiszabó⁷⁵³ VJ/17-110/2018. számú határozat⁷⁵⁴ szerint (más jogsértések elkövetését is megállapítva – ld. az alábbiakban) a Booking.com B.V. agresszív kereskedelmi gyakorlatot folytat azzal, hogy a weboldalán és az alkalmazásban elérhető szálláshely ajánlatokkal összefüggésben sürgető jellegű, pszichés nyomásgyakorlásra alkalmas tájékoztatásokat tesz közzé. A Versenytanács álláspontja szerint összességében, rendszerszintűen alkalmas a fogyasztók befolyásolására az a sürgetésre irányuló gyakorlat, hogy a foglalási folyamat minden szakaszában jelennek meg figyelemfelhívó, piros színnel kiírt, ezért erőteljes üzenetek a fogyasztók felé, miszerint egyes szálláshelyek nagyon keresettek („Nagyon keresett! (...), „Utolsó foglalás a szálláson: Épp az imént!”, „elmúlt 24 órában 17-szer foglaltak”), vagy korlátozottan elérhetőek („Már csak 1 szoba maradt!”, „Már csak 2 ilyen van!”), illetve elérhetetlenek. Ezek az információk, kiegészítve a szálláshelyek pozitív értékeléseinek kiemelésével („Nagyszerű”, „Rendkívüli”, „Mesés”) a fogyasztókban

⁷⁵² <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2023-as-sajtokozlemenyek/a-gvh-megvizsgálja-hogy-a-microsoft-mikent-tájékoztatja-a-fogyasztókat-uj-keresoszolgáltatasarol> (letöltés: 2024.03.28.). A versenyfelügyeleti eljárás megindítása nem jelenti annak kimondását, hogy a vállalkozás a jogsértést elkövette. Az eljárás a tények tisztázására és ezen keresztül a feltételezett jogsértés bizonyítására irányul.

⁷⁵³ A határozat bírósági felülvizsgálata a bírság tekintetében a jelen fejezet írásakor még folyamatban van, a határozat jogsértést megállapító részét a bíróság helybenhagyta, ld. [https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153](https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153) (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁵⁴ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-172018110 (letöltés: 2024.03.24.).

a lemaradás érzését alakíthatják ki (amelyet a szakirodalom *FOMO*⁷⁵⁵ hatásként szokott hívni). A Versenytanács hangsúlyozta, hogy „*valamennyi üzenet összességében tekintve azt célozta, hogy a fogyasztó ne kizárólag a foglalás megkezdéséről döntsön, hanem a foglalást fejezze is be, tehát, hogy az érdeklődő fogyasztóból tényleges, konverziót végrehajtó fogyasztó váljon. Az üzenetek – figyelembe véve a fogyasztói viselkedést is – egyértelműen egy képzelt vagy valós versenyhelyzetbe sodorhatták a fogyasztókat, akik így valóban pszichés nyomást élhettek át, hogy foglalásukat minél gyorsabban fejezzék be.*”

A VJ/42/2019. számú ügyben vizsgált Viagogo egy globális, nemzetközi online platformot (<https://www.viagogo.com/>) működtet viszonteladói piacot teremtve élő sport-, zenei és szórakoztatási eseményekre szóló jegyek értékesítésére. A Versenytanács a VJ/42-111/2019. számú határozatában⁷⁵⁶ 472 millió forintos bírság kiszabása és több más jogsértés megállapítása mellett⁷⁵⁷ kimondta, hogy a Viagogo AG a teljes vásárlási folyamat alatt (főleg az elérhetőséggel, kereslettel kapcsolatos) sürgető jellegű tájékoztatásokat tesz közzé, amelyek tartalmuk és vizuális megjelenítésük révén összehatásukban alkalmasak pszichés nyomásgyakorlásra, így agresszív kereskedelmi gyakorlatot valószínűsít meg. Ebben az ügyben is azt hangsúlyozta a Versenytanács, hogy a vizsgált üzenetek összességükben alkalmasak arra, hogy a fogyasztókban azt a hatást keltsék, hogy sietniük kell a vásárlással. A fogyasztók befolyásolhatóságát nagyban növeli, hogy a keresletre és elérhetőségre vonatkozó állítások (pl.: „*X jegy maradt erre az eseményre oldalunkon*”, „*Utolsó dátum*”, „*Egy [magyar zászló képe] vásárló vett X jegyet, hogy megnézzé a(z) ... című eseményt itt: Budapest 3 nappal ezelőtt oldalunkon*”) a vásárlási folyamat minden lépésében, figyelemfelkeltő, élénk színekkel, központi helyen, gyakran felugró ablakokban jelennek meg, kiegészítve azzal a zavaró hatással, hogy a 9 perc 59 másodpercről induló (a vásárlás befejezésének határidejét jelző) visszaszámláló óra is folyamatosan látható. A Versenytanács megjegyezte azt is, hogy a sürgető üzenetek kifejezetten ellentétben állnak azzal a fogyasztói érdekekkel, hogy kellő információk birtokában a megfontolt döntéshez szükséges idő biztosításával tudjanak jegyeket vásárolni.

A visszaszámláló órával hangsúlyosan megjelenített, rövid ideig elérhető, nagymértékű kedvezményeket kínáló „*Azonnali ajánlatok*” gyakorlatát vizsgálta – más magatartások mellett – a GVH az egyik legnépszerűbb nemzetközi e-kereskedelmi piactér, a Wish platform (www.wish.com) tekintetében a VJ/22/2021. számú ügyben. Az eljárás során az „*Azonnali ajánlatok*” kapcsán az Fttv. melléklet 7. pontja szerinti tényállás fennállását valószínűsítette a GVH, vagyis azt, hogy az „*Azonnali ajánlatok*” között megjelenített termékek esetében fogyasztók azonnali döntéshozatalra készítése céljából valótlannul állították a Wish platformon, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre az

⁷⁵⁵ Fear Of Missing Out, kimaradástól/lemaradástól való félelem.

⁷⁵⁶ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2019/vj-0422019111 (letöltés: 2024.02.11.).

⁷⁵⁷ A Versenytanács kimondta továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytat, amikor (1) fizetendő vételárra vonatkozó kommunikációja során az árról időszertelesen tájékoztatja felhasználóit, valamint elmulasztja tájékoztatni a felhasználókat az átváltási árfolyamról (annak tényéről), illetve az árfolyamszámítás – platformon alkalmazott – módjáról, (2) nem teszi egyértelművé, hogy kizárólag az értékesítés bonyolítására alkalmas közvetítő platformot üzemeltet, továbbá azt a benyomást kelti, hogy a weboldalon kialakított árakra nincs ráhatása. A határozattal szemben rendkívüli perorvoslati eljárás van még folyamatban.

adott kedvezményes áron, ugyanis a vizsgálat azt észlelte, hogy a termék a visszaszámláló órával megadott időtartam lejárta után változatlanul a kedvezményesként megjelölt áron volt elérhető. Mivel az óra 4 percről számolt vissza, így valószínűsíthető volt, hogy ez a módszer megfosztja a fogyasztókat a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól. Az eljárás kötelezettségvállalással,⁷⁵⁸ így a jogsértés vagy annak hiánya megállapítása nélkül zárult, amelyben a platform üzemeltetői, a ContextLogic B.V. és ContextLogic Inc. amellet, hogy az „Azonnali ajánlatok”-ra vonatkozó gyakorlat megszüntetését is vállalták, mintegy 100-150 ezer magyar fogyasztót kompenzáltak 1500 forint értékű kreditjövávírás-sal.

3.3. Megtévesztő ingyenes állítás

Az ingyenesség valótlan állításával való manipuláció már az online világ kialakulását megelőzően is ismert és gyakori jogsértése volt a vállalkozásoknak. Ezt a kereskedelmi gyakorlatot a jogalkotó az Fttv. mellékletét képező, ún. „feketelistában” helyezte el, ezzel az ilyen állítások tisztességtelensége kapcsán *ex lege* kimondta, hogy azok alkalmasak a fogyasztó üzleti döntésének torzítására, „ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlatban való részvétellel és a termék birtokbavételével, illetve fuvarozásával összefüggő elkerülhetetlen költségeken felül bármit is fizetnie kell”⁷⁵⁹. Az alábbi, a GVH ügyeiből hozott példák azonban azt szemléltetik, hogy a konkrét kereskedelmi gyakorlat jellegétől függően akár mint a termék árával kapcsolatos valótlan állítás [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont], akár mint elhallgatás [Fttv. 7. § (1) bekezdés] is tisztességtelennek minősülhet, ha azt a benyomást próbálják kelteni a fogyasztóban, hogy valamilyen termékhez ingyen juthat hozzá.

A Be2 világszerte elérhető online társskereső szolgáltatást (mely a magyar fogyasztók számára www.be2.hu és www.academicsingles.hu oldalakon érhető el) népszerűsítő kommunikációt vizsgálta a GVH a VJ/19/2018. számú eljárásban. A be2 S.à.r.l. a weboldalakon való regisztrációt, így a weboldalak használatát ingyenesként hirdette, azonban a regisztrált felhasználók a más társskeresők fényképeit és a kapott üzeneteiket csak akkor tekinthették meg, illetve akkor válaszolhattak az érdeklődésekre, ha előfizetői szerződést kötöttek díjfizetés ellenében. Ezek alapján a Versenytanács VJ/19-120/2018. számú határozatában⁷⁶⁰ kimondta, hogy az „ingyenesség” valótlan, mivel a szolgáltatásokhoz valóban díjmentesen csak korlátozott mértékben lehet hozzáférni, a társskereső céljának megfelelő igénybevétel lényegében csak díjfizetéssel lehetséges. A Versenytanács ezt megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősítette, többek között hangsúlyozva, hogy „az »ingyenesség« a fogyasztó érdeklődését már önmagában felkelti, ezért ezen fogalmak kereskedelemi tájékoz-

⁷⁵⁸ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2021/vj-222021114 (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁵⁹ Ld. Fttv. Melléklet 20. pont.

⁷⁶⁰ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-192018120 (letöltés: 2024.02.09.).

tatás részeként való alkalmazása, feltüntetése a fogyasztói döntés meghozatalára kiemelkedő jelentőséggel bír”. További három tisztességtelen magatartásra is tekintettel⁷⁶¹ a Versenytanács összesen 1 milliárd 600 millió forintos bírságot szabott ki a be2 S.à.r.l.-ra.

Egy másik online társskereső, a www.elittars.hu oldalon elérhető szolgáltatással kapcsolatosan, a VJ/16/2022. számú ügyben is felmerült az ingyenesség kérdése. A szolgáltatást nyújtó Spark Networks Services GmbH olyan konstrukciót alakított ki, ahol a társskereső honlapot a fogyasztóknak volt lehetőségük (1) regisztráció nélkül, (2) előfizetés nélküli regisztrációval és (3) prémium előfizetéssel is használni. Az előző, Be2 ügghöz hasonlóan azonban az ingyenesen regisztrált tagok csak olyan online tartalmat értek el, amely nélkülözte a társkeresési funkcióhoz szükséges képességeket (azaz: a lehetőség a többi regisztrált felhasználó profilképeinek megtekintésére, továbbá szöveges üzenetek küldésére és a számukra küldött szöveges üzenetek olvasására). A tényállás annyiban eltérő volt azonban a Be2 ügghöz képest, hogy az ingyenesség nem volt a kommunikáció központjában, hanem ezzel ellenkezően, a regisztráció során a fogyasztók nem kaptak tájékoztatást az előfizetés nélküli regisztrációval elérhető szolgáltatás valós tartalmára vonatkozóan, annak tényleges társkeresésre való alkalmatlanságára nem utalt semmi. Mindezek alapján a Versenytanács VJ/16-75/2022. számú határozatában⁷⁶² 169 millió forintos bírság kiszabása mellett kimondta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás az Elittárs internetes társskereső szolgáltatás kapcsán megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat, amikor elhallgatja, hogy az előfizetés nélküli (ingyenes) regisztráció érdemi társkeresés folytatására nem alkalmas.

A sürgető üzenetek kapcsán említett VJ/22/2021. számú, Wish piactér elleni eljárásban az ingyenességre vonatkozó állítások is felmerültek. A platform kereskedelmi gyakorlata jellemzően abból állt, hogy jelentős számú terméket kínáltak nagymértékű akcióban (pl. 56%, 92%, 95% kedvezménnyel), vagy alacsony (pár száz forintos, pl. 827 Ft, 630 Ft, 240 Ft) árakon, egyes termékek azonban „ingyenesen” elérhetőként jelentek meg a találati listában, majd a termék oldalon is. A vizsgálat ezzel kapcsolatban azt tapasztalta, hogy a kiválasztott „ingyenes” termék paramétereinek (pl. szín vagy kiserelés) megadását, illetve megváltoztatását követően a terméknél már egy forintban kifejezett, „ingyenesnél” magasabb ár jelent meg. Mindazonáltal a korábbiakban hivatkozott kötelezettségvállalás keretében az eljárás alá vontak azt is vállalták, hogy a jövőben nem alkalmazzák a GVH által kifogásolt árengedmény-feltüntetési gyakorlatot.

Szintén említhető ezen a témakörön belül a fentiekben idézett VJ/17-110/2018. Booking határozat, amelyben a Versenytanács azt is kimondta, hogy a platform üzemeltetője megtéveszti a fogyasztókat azzal, hogy a szolgáltatásán keresztül foglalható szálláshelyekkel kapcsolatban azok „*ingyenes lemondhatóságát*” állítja. A Booking ugyanis egyszerre kínálta ugyanazokat a szállásokat rugalmasan és nem rugalmasan lemondható módon is,

⁷⁶¹ A Versenytanács kimondta továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatának minősül, hogy (1) megtévesztő módon tájékoztatja a fogyasztókat az általa nyújtott szolgáltatás időtartamáról, valamint az igénybevétel alatt fizetendő díjról, (2) a szolgáltatást a valótlan „*Már 766.000 Regisztrált Tagunk bízott meg tudományos partnerkeresési módszerünkben*.” állítással népszerűsítette, valamint (3) az a gyakorlata, ahogyan egyrészt a szolgáltatások igénybevételének alapvető feltételeit ismerteti, másrészt ahogyan a fogyasztói jelzéseket kezeli.

⁷⁶² https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2022/vj-16202275 (letöltés: 2024.02.11.).

azonban az ingyenes lemondással hirdetett szállások árai magasabbak voltak, mint a lemondás esetén nem visszatérítendő díjú szállásoké. Mivel a két szállás-típus között ezen többlet-szolgáltatáson kívül más különbség nem állt fenn, ezért a Versenytanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy a lemondhatóság (rugalmasság) díja lényegében beépül a szálláshely díjába, vagyis az ingyenesség nem valósul meg ténylegesen.

3.4. Rejtett költségekkel befolyásolás

A sötét mintázatok között találhatunk további, az árakkal, díjakkal kapcsolatos manipulációt. Ilyen az ún. „csepegtető árazás” gyakorlata, amikor a fogyasztót részletekben, időben elszórva szembesítik azzal, hogy a kiválasztott termék (vagy szolgáltatás) árán (vagy díján) felül további, kiegészítő, nem-opcionális költségeket is állnia kell. Az ilyen gyakorlatok az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti megtévesztő mulasztásnak minősülnek.

A fentebb már említett, VJ/42-111/2019. számú határozatában az agresszív kereskedelmi gyakorlat (sürgető üzenetek) mellett a Versenytanács azt is kimondta, hogy a Viagogo AG fizetendő vételárra vonatkozó kommunikációja során az árról időszerűtlenül tájékoztatja felhasználóit. A Versenytanács megállapította, hogy a fogyasztóknak a www.viagogo.com/hu oldalon a vásárlási folyamat során lépésről-lépésre haladva, eltérő mezőkben, különböző színű és méretű módon megjelenített információkból kell összegyűjteniük az árakkal, költségelemekkel kapcsolatos információkat, és csak a vásárlási folyamat végén jelenik meg számukra a teljes, fizetendő ár. A határozatban a Versenytanács azt is rögzítette, hogy *„a jegyekért fizetendő teljes ár olyan sok elemből, tételből (jegyár, kezelési/szállítási költség, foglalási/szolgáltatási díj, adók és mindezek esetleges árfolyamváltási költsége, jegyenként és összességében) tevődhet össze, amelyek rendszere és meghatározása a fogyasztó számára még abban az esetben is zavaros (figyelemmel az egyes fogalmak kapcsán alkalmazott eltérő kifejezésekre is), ha azok után célzatosan informálódik, azokat a honlapon kifejezetten keresgéli.”*

Szintén csepegtető árazást érintett a német Eventim csoport hazai tagjával, a CTS Eventim Hungary Kft.-vel szemben, VJ/11/2023. számon lefolytatott eljárás. Az ügyet lezáró döntésben⁷⁶³ a Versenytanács kimondta, hogy a www.eventim.hu jegyértékesítő oldalon a szolgáltató megtévesztette a fogyasztókat az online árusítás során azzal, hogy egyes költségekről (így a kezelési, illetve szállítási költségekről) időszerűtlen módon, azaz csak a jegyek kosárba helyezését, illetve regisztrációt követően tájékoztatja a felhasználókat. A határozat kiemelte, hogy úgy sem minősült megfelelőnek a tájékoztatás, hogy fogyasztó az elkerülhetetlen többletköltségekről szóló információkat a vásárlási folyamat során észlelhető kommunikáción kívül (az ÁSZF-ben vagy nehezen fellelhető aloldalakon megjelenő cikkekben) találhatta csak meg.

⁷⁶³ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2023/vj-11202365 (letöltés: 2024.11.16).

3.5. Célzott reklámozás, ingyenesség, adattal való fizetés dilemmái

Az egyik legnagyobb közösségi média platform, a Facebook ellen VJ/85/2016. számon indult eljárásban a GVH a személyes adat, mint ellenszolgáltatás és a célzott reklámozás viszonyával foglalkozott.⁷⁶⁴ A VJ/85-189/2016. számú határozatában⁷⁶⁵ a Versenytanács ki mondta, hogy a Facebook Ireland Ltd. megtévesztette a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy a Facebook használata ingyenes, noha a felhasználók által megadott adatokat arra használják, hogy célzott reklámokat közvetítsenek feléjük. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerinti megtévesztő kereskedelmi gyakorlatra tekintettel 1 milliárd 200 millió forint bírságot szabott ki a platform üzemeltetőjére. A Versenytanács álláspontja szerint pénzbeli ellenszolgáltatást valóban nem kell a weboldal használatáért fizetni, azonban a Facebook által nyújtott szolgáltatás egyértelmű ellenértéke a fogyasztó személyes adata. A Versenytanács kiemelte, hogy a Facebook „működési modelljé[nek] lényege, hogy felhasználói adatait, továbbá a felhasználói aktivitás során generált adatokat, információkat kezel, azokat különböző módon hasznosítja, »piacosítja« marketing és egyéb célokra. Erre tekintettel a szolgáltatás azon jellemzője, hogy mi a használatának az ellenértéke [...], kétségtelenül alapvető és jelentős információ a szolgáltatás kapcsán, melynek hiányában nem tudja a fogyasztó, hogy milyen jellegű terméket vett igénybe [...]”.

A határozat ellen bírósági felülvizsgálatot kért a Facebook üzemeltetője, amelynek eredményeképpen a Kúria Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítéletében⁷⁶⁶ megsemmisítette a határozatot, mert az eljáró tanács úgy ítélte meg, a hatályos jogszabályi keretek nem adnak arra lehetőséget, hogy a személyes adatok átadását az Fttv. szerinti „ár, díj vagy árkedvezmény” fogalmába tartozónak lehessen érteni. A Kúria kifejtette, hogy megítélése szerint semmilyen kimutatható többlethátrányt nem jelent az a különbség, hogy a fogyasztó az átadott adatai miatt nem általában reklámot, hanem célzott reklámokat kap, így nincs olyan tényező, ami a fogyasztót az üzleti döntése meghozatalakor befolyásolhatja. Az ítélet indokolása mindazonáltal kifejti, hogy a perben azt senki nem vitatta, hogy a személyes adatoknak értéke van, valamint azt, hogy meghatározott együttes feltételek fennállása esetén az ingyenesség alatt lehet a pénzbeli ellenszolgáltatás-mentességen kívül mást is érteni.

A Facebook ellen indított versenyhivatali eljárás óta az Európai Unió jogalkotása előrelépett a témában, és 2019-ben kiadott irányelvében⁷⁶⁷ már a digitális tartalmak és a digitális szolgáltatásokra vonatkozó fogyasztóvédelmi előírások alkalmazását olyan szerződésekre is előírta, amelyek esetében a fogyasztó nem vételár megfizetését vállalja, hanem személyes adatot szolgáltat. A magyar jogba a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelettel, valamint a fogyasztó és vállalkozás közötti, az áruk adásvételére, valamint a digitális tartalom szolgáltatására és digitális szolgáltatások nyújtására irányuló szerződések részletes szabályairól szóló 373/2021.

⁷⁶⁴ A problematikáról ld. bővebben: Tóth, Szoboszlai & Szalatkay, (2022).

⁷⁶⁵ https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj-852016189 (letöltés: 2024.02.09.).

⁷⁶⁶ https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2016/vj-852016227 (letöltés: 2024.03.24.).

⁷⁶⁷ 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 („DSD”) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A32019L0770> (letöltés: 2024.03.16.).

(VI. 30.) Korm. rendelettel átültetett szabályozás tehát már egyenértékű védelmet ad azokra az esetekre, ha egy vállalkozás nem pénzt, hanem a fogyasztó személyes adatát kéri árúja ellenértékéért.

A fogyasztók személyes adatainak védelmét erősítő jogszabályi változások nyomán az adat ellenszolgáltatásként való értékelése könnyebbé vált. Ennek lehet egy újabb példája a GVH előtt VJ/6/2020. számon indult, és kötelezettségvállalással zárult ügy.⁷⁶⁸ Az eljárásban a versenyhatóság (többek között) azt vizsgálta, hogy a Viber Media S.á.r.l. megtévesztette-e a Viber chatalkalmazása kapcsán a fogyasztókat, amikor azt állította, hogy szolgáltatása ingyenes, miközben valószínűsíthető volt, hogy a fogyasztók által átadott adatok elmentételezést nyújtanak a szolgáltatásért. Az ingyenességre vonatkozó állítások kommunikálását a Viber már az eljárás során megszüntette, emellett az eljárás végkifejleteként a Versenytanács által elfogadott kötelezettségek jócskán túlmutatnak a fogyasztók megfelelő tájékoztatásán. A Viber ugyanis (egy többelemes intézkedéscsomag részeként) vállalta a havi díjért igénybe vehető Viber Plus szolgáltatás bevezetését, akként, hogy a szolgáltatásra előfizető felhasználók személyes adatait nem használja fel hirdetésekhez. Ezen felül vállalta, hogy a nem-fizetős alap Viber szolgáltatás esetében csökkenti az alapértelmezés szerint a vállalkozás által felhasználható személyes adatok mennyiségét és javítja a fogyasztók tájékoztatását adatvédelmi és biztonsági kérdések kapcsán.

4. Vizsgálat az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán

A 2023 nyarán megnövekedtek a GVH-hoz beérkező panaszok, mert a Booking nem fizette ki időben a szállásadó partnerei egy részét. A fizetési zavarok több országban is jelentkeztek, de Magyarországon több ezer szállásadót is nehéz helyzetbe hozott a turisztikai szezon kellős közepén. Ennek okán a GVH a Tptv. 43/D. § (1a) bekezdése alapján az online szálláshelyfoglalás és a szálláshely-szolgáltatás hazai piacán gyorsított ágazati vizsgálatot indított 2023. augusztus 24-én. A vizsgálat kiterjedt annak értékelésére, hogy sérülhetett-e a piaci verseny – többek között – a Booking szerződési- és szerződésteljesítési gyakorlata kapcsán.

A vizsgálat egyrészt magában foglalta az online szálláshelyfoglalás magyarországi piacon uralkodó versenyviszonyok elemzését, másrészt a piaci szereplők által a szállásadók irányába alkalmazott azon szerződéses feltételek és gyakorlatok vizsgálatát, amelyek hatással lehetnek a szálláshelyek közötti versenyre. A beérkezett piaci információk alapján számos hazai szállásadó üzletmenetében komoly fennakadást okozott az, hogy az egyik legnagyobb online szállásközvetítő platform – a Booking.com – olyan szerződéses feltételeket alkalmazott, illetve üzleti gyakorlatot folytatott velük szemben, amelyet más szállásadó partnerekkel szemben nem. Így joggal merült fel a gyanú, hogy sérült a szabad piaci verseny a szállásadók között, ami – különös figyelemmel a nyári szezonra – közvetlenül kihathatott a szállásfoglaló fogyasztókra is.

A gyorsított ágazati vizsgálat a versenytörvényben rögzített, piaci problémák feltérképezésére szolgáló eljárás olyan esetekben, amikor a körülmények a verseny torzulására

⁷⁶⁸ https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-62020142 (letöltés: 2024.11.16.).

vagy korlátozódására utalnak és sürgős beavatkozás indokolt az adott szektorban. A vizsgálat során a versenyhatóság többek között a piaci szereplőktől összegyűjtött – kötelező válaszadáson alapuló – információk elemzésével tárja fel a verseny torzulásának részletes okait, hogy megtehesse a szükséges lépéseket azok kiküszöbölésére.

Információgyűjtés után, az adatok elemzését követően a GVH nyilvános jelentésben⁷⁶⁹ összegezte a gyorsított ágazati vizsgálat eredményeit 2023. október 20-án. A vizsgálat során a GVH szem előtt tartotta, hogy a turisztikai szektor a magyar nemzetgazdaság egyik húzóágazatának számít. A turizmushoz köthető ágazatok hozzáadott értékének aránya – a tovagyrűző hatásokkal együtt – a nemzetgazdaság egészének több mint egytizede, mintegy 400 ezer embernek adva munkát. E kiemelt gazdasági jelentőségű ágazatban a versenynek, illetve a hazai szereplők versenyképességének fenntartása és élénkítése érdekében a GVH – nemzetközi példákat is követve – az alábbi jogalkotási, illetve gyakorlati működést érintő javaslatokat fogalmazta meg:

- a GVH támogatja a nagyobb szálláshely-közvetítők általános szerződési feltételei (és az azokhoz kapcsolódó üzleti gyakorlatok) kereteinek szigorúbb szabályozását a szállásadók számára nyitva álló panaszkezelési mechanizmusok, valamint a hibás teljesítések kölcsönös jogkövetkezményei tekintetében;

- a hatóság továbbá javasolja a jogalkotónak, hogy az online szálláshely-közvetítés szereplői számára tiltsa meg az ún. árparitási kikötések alkalmazását;

- a nemzeti versenyhatóság emellett javasolja a szálláshely-közvetítőknek, hogy tegyék átláthatóbbá a platformjaikon a keresési találatok rangsorolásának szempontjait.

A jelentéshez négy online szálláshelyfoglaló platformot üzemeltető vállalkozás, illetve szakmai szervezet fűzött véleményt, amely alapján a GVH véglegesítette az anyagot, továbbra is fenntartva javaslatait a fogyasztók, illetve a hazai szállásadók védelme érdekében.

5. Átfogó gyorsselemlzések

A GVH nem csak hatósági eljárásai, hanem egyéb tevékenységei kapcsán is kiemelt figyelmet fordít az online világban előkerülő sötét mintázatokra. Ennek egyik típusa az ún. „sweep” (sepregetés) módszerével végzett gyorsvizsgálat (honlapok és/vagy alkalmazások rövid időtartamon belüli, előre meghatározott típusú kereskedelmi gyakorlatokra irányuló ellenőrzése). A közelmúltban a GVH két olyan sweepet is végzett, amely a sötét mintázatok kiszűrését célozta.

A tagállami hatóságokból álló Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat közös gyorsvizsgálata⁷⁷⁰ során 2022 októberében és novemberében a hatóságok (köztük a GVH) összesen 399, főként európai online áruházat ellenőriztek különböző ágazatokban (pl. elektronikus és háztartási eszközök, textiltermékek, kozmetikumok), hogy felmérjék alkalmaznak-e sötét mintázatot.

Az európai szintű vizsgálatban 148 olyan webáruházat találtak, amely legalább egyet

⁷⁶⁹ https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/OTA_gyorsított_agazati_vizsgalat_jelentes_231214.pdf&inline=true (letöltés: 2024.02.11.).

⁷⁷⁰ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_418 (letöltés: 2024.02.09.).

alkalmazott a közös akció központjában álló három féle sötét mintázatból („hamis visszaszámlálás”, „torzított kiemelés” és „bújtatott információ”), de volt olyan, ahol többféle manipulációval is éltek.

A honlapok nagyjából 10%-a (42 db) használt a fogyasztókat vásárlásra ösztönző visszaszámlálást, miközben a határidő lejártá után ismét visszaszámlálást indított újabb határidővel („hamis visszaszámlálás”). Az online kereskedők 14%-a (52 db) igyekezett rávenni vizuális kiemelésekkel vagy félrevezető nyelvezettel a fogyasztókat arra, hogy a választási lehetőségek (pl. szállítási, fizetési opciók) közül ne a fogyasztó, hanem a kereskedő számára legkedvezőbbet válassza („torzított kiemelés”).

A webáruházak 17%-a (70 db) úgy volt megtervezve, hogy a vásárlás szempontjából jelentős információ el legyen rejtve a fogyasztók számára („bújtatott információ”). A feltárt 70 esetből 23 honlapon arra akarta a kereskedő észrevétlenül rávenni a fogyasztókat, hogy előfizessenek valamely, a kereskedő által kínált szolgáltatásra, amelynek díját így ismétlődően levonhassa a vásárlóktól.

Az akció keretében vizsgált kereskedők több mint harmada (131) nem csak honlapot tart fenn, hanem mobiltelefonos alkalmazás útján is értékesít. A hatóságok ebből 90 telefonos applikációt tekintettek át, és azt tapasztalták, hogy a mobiltelefonon keresztül vásárló fogyasztók is majdnem ugyanolyan számban találkozhatnak a sötét mintázatokkal, mint akik asztali számítógépen böngésznek.

A GVH 2022 októberében végzett egy önálló átfogó gyorselemzést⁷⁷¹ is annak vizsgálatára, hogy az egyes, Magyarországon elérhető légitársaságok – ideértve az ún. diszkont, azaz „fapados” légitársaságokat is – honlapjai és repülőjegy összehasonlító weboldalak eladási és népszerűsítési gyakorlatuk során alkalmaznak-e sötét mintázatok. A sweep eredményeiből az alábbiak emelhetők ki.

A weboldalak többségén jellemző a korlátozott elérhetőség kiemelésével való pszichés nyomásgyakorlás a megvásárolható jegyek és egyéb szolgáltatások, például plusz csomagfeladás kapcsán („már csak 2 jegy elérhető ezen az áron”). Az előzőek gyakran érzékmnipulációval párosulnak, azaz feltűnő színekkel emelnek ki egyes ajánlatokat, míg az általában olcsóbb vagy egyszerűbb megoldások ehhez képest vizuálisan nehezebben érzékelhetők.

Jellemző a félreérthető szövegezés is, például a választási lehetőségek megfogalmazásából nem derül ki egyértelműen, hogy nem csak a foglalás során, hanem később is van lehetőség az ülőhelyek kiválasztására.

A honlapok többsége esetében megfigyelhető a fogyasztók információkkal való elhalmozása, amelynek következtében a fogyasztó összezavarodhat a rengeteg adat és tudnivaló olvasása közben, könnyen elveszítheti a fókusz. Ugyanakkor az is előfordul, hogy – különösen a fapados légitársaságok weboldalain – fontos, jelentős információkat és választási lehetőségeket pedig elrejtene.

A sweep során a GVH azt tapasztalta, hogy az összehasonlító weboldalakon csupán eseti jelleggel jelennek meg problémás gyakorlatok.

⁷⁷¹ <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2022-es-sajtokozlemenyek/repjegyet-venne-vigyazzon-igy-befolyasolhatjak-donteset> (letöltés: 2024.03.04.).

6. Piacelemzés a mesterséges intelligencia hatásairól

A mesterséges intelligencia (MI) egy rendkívül gyorsan fejlődő technológiacsatlád, amely már jelenleg is hatással van a fogyasztók mindennapjaira, sokszor úgy, hogy nem is tudnak róla. Az MI alapú eszközök gyors fejlődésével, és a már meglévő digitális szolgáltatásokba való beépítésével, a technológia meghatározó részévé válik a magánszemélyek, a vállalkozások és az államigazgatás mindennapjainak.

Az MI fantasztikus dolgokra képes, amit felhasználóként nap, mint nap megtapasztalhatunk. Valószínűleg sokan használtak már egy fordítóprogramot vagy chatbot-ot, vagy hallottak az okos mezőgazdaságról. Ez utóbbi esetben az MI automatikusan kiszámolja, hogy milyen tápanyagokra és mennyi vízre van szüksége a földnek a legjobb terméshez. Az MI alapú technológia további fejlesztése, valamint jogkövető, tisztességes alkalmazása gazdasági és társadalmi hasznokat eredményez, azonban jelentős kockázatokat is rejt magában; például kifejezetten ijesztő jelenség az olyan a deep fake videók terjedése, amikor az MI úgy hamisítja meg valakinek a fényképét (vagy a róla készült videót), ahogy sosem nézett ki. Lassan már a szakemberek is alig tudják megítélni, hogy igaz-e vagy hamis, amit látnak vagy hallanak.

A GVH 2024. január 4-én hirdetményt tett közzé⁷⁷² „A mesterséges intelligencia (MI) piaci versenyre és fogyasztókra gyakorolt hatásainak vizsgálata” tárgyában megindított piacelemzéséről, amelynek keretében feltárja a technológia piaci versenyre és a fogyasztói magatartásra gyakorolt hatásait. A Tptv. 43/C. § rendelkezései értelmében a GVH törvényben meghatározott feladatai hatékonyabb és eredményesebb ellátása érdekében piacelemzést végezhet, amelynek keretében nyilvános információk, valamint önkéntes válaszadáson alapuló adatgyűjtés útján felméri és elemzi az egyes piacok működését, a piaci folyamatokat és a piaci trendek alakulását, illetve egyes piaci gyakorlatokat, továbbá ezeknek a versenyre és az üzletfelekre, így különösen a végső üzletfelekre gyakorolt hatásait.

Mivel az új technológia robbanásszerű terjedése torzíthatja a versenyt a digitális ágazatokban és kiszolgáltatottabb helyzetbe hozhatja a fogyasztókat, ezért nem haszontalan előre feltérképezni az MI kockázatait.

A mesterséges intelligencia robbanásszerű terjedése két alapvető problémakört is eredményezett, amelyre a piacelemzés koncentrál. Az egyik az, hogy az MI alapú technológia veszélyt jelenthet a tisztességes piaci versenyre. A mesterséges intelligencia jelenleg új, innovatív technológiának tekinthető, fejlesztése pedig ez idő szerint rendkívül nagy erőforrásokat igényel. Kellően nagymértékű erőforrásokkal – és a fejlesztést könnyítő technológiai tapasztalatokkal – jelenleg csak a legnagyobb technológiai óriásvállalatok rendelkeznek, amelyek így jelentős lépéselőnyhöz juthatnak a piaci versenyben. A mesterséges intelligencia gyakorlati alkalmazása ebből kifolyólag a vállalkozások egy szűk rétegének kiváltságává válhat, ami a jövőben torzíthatja a piaci versenyt a digitális ágazatokban. A másik problémakör az az, hogy az MI alapú technológia kiszolgáltatottabb helyzetbe hozhatja a fogyasztókat. A digitális térben számos olyan adatgyűjtési és reklámozási gyakorlat van

⁷⁷² https://www.gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/hirdetmeny-piacelemzes-meginditasarol-az-a-mesterseges-intelligencia-piaci-versenyre-es-fogyasztokra-gyakorolt-hatasainak-vizsgalata-targyaban (letöltés: 2024.02.11.).

jelen, amelyek veszélyesek lehetnek a fogyasztókra. A mesterséges intelligencia alkalmazásával a vállalkozások új szintre emelhetik a fogyasztók adatainak gyűjtését, felhasználását, valamint a „sötét mintázatok” és a személyre szabott reklámok alkalmazását. Eklatáns példája ennek a kockázatnak a chatbotok működése, amelyek esetében a fogyasztó nincs tisztában azzal, hogy a válasz, amit a mesterséges intelligenciától kapott, hiteles forráson alapul, vagy fizetett promóció eredménye.

A piacelemzés keretében a GVH a nemzetközi gyakorlatok és tapasztalatok feltárása érdekében egy desk research típusú kutatást is elvégez, amelynek során részletesen áttekinti a hazai és uniós országok mesterséges intelligencia stratégiáját, valamint jelentéseit. A hazai vállalati gyakorlatok feltárása érdekében mélyinterjúk kutatások keretében a GVH az MI hazai használatát tárja fel. Napirendre kerül az MI-vel kapcsolatos fogyasztói percepció is. Folyamatban van a nagy technológiai cégek és a jelenleg elérhető generatív MI modellek fejlesztőinek adatkérő kérdőívekkel történő megkeresése.

A piacelemzés végleges változata 2024 októberében elkészült.⁷⁷³ A Tpvt. 43/F. § értelmében, ha a piacelemzés eredménye alapján olyan piaci zavar áll fenn, amely versenyfelügyeleti eljárás révén nem vagy nem teljességgel orvosolható, akkor a GVH erről tájékoztatja az Országgyűlés feladatkörrel rendelkező bizottságát, a feladat- és hatáskörrel rendelkező minisztert vagy hatóságot, továbbá ajánlást adhat ki, illetve szükség esetén jogszabály megalkotását vagy módosítását kezdeményezheti.

A tanulmányban – az elemzés eredményei, illetve a vonatkozó nemzetközi tapasztalatok alapján – a GVH több javaslatot és iránymutatást is megfogalmazott. Többek között azt is hangsúlyozta, hogy MI-megoldásokon alapuló szolgáltatásokat végfogyasztók felé nyújtó vállalkozások számára javasolt már a szolgáltatás bemutatása során, de még a fogyasztói felhasználást megelőzően jól érthetően és jól észlelhetően tájékoztatni a fogyasztókat. A fogyasztók tájékoztatásának ki kell térnie arra a tényre, hogy mesterséges intelligenciát használ az adott szolgáltatás, valamint annak lényeges jellemzőire, így különösképpen: a használatnak mi a lényege, hogyan, milyen forrásokra támaszkodik a szolgáltatás, mi az információk forrása, a feldolgozás alapvető jellemzője; utóbbiakból is fakadóan milyen kockázata, bizonytalansága lehet az eredményeknek, a válaszoknak, illetve általában az előállított tartalomnak; a fenti okokból kifolyólag van-e szükség a fogyasztó részéről, és ha igen, milyen típusú ellenőrzésekre, illetve általában a szolgáltatással kapcsolatos fenntartásokra.

7. Összefoglalás

A digitális átállás az elmúlt években alapvető módon változtatta meg mindannyiunk életét, és ez a változás még nem fejeződött be, a belátható jövőben is a technológiai újdonságok folyamatos megjelenése várható. Ezek a nagymértékű változások egyszerre jelentenek új lehetőségeket az emberiség számára, valamint új kihívásokkal is járnak – a fogyasztóvédelemben csakúgy, mint más területeken.

⁷⁷³ https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/mesterseges-intelligencia_piacelemzes_tanulmany_2024_10_21&inline=true (letöltés: 2024.11.20.).

A fentiekben bemutatott versenyfelügyeleti eljárások jól bemutatják, hogy milyen sokféle módon igyekeznek a vállalkozások a fogyasztók döntéseit befolyásolni az online térben is. Ennek során nem csak az offline világban már megismert tisztességtelen gyakorlatok bukkantak fel új köntösben, de a digitális környezet sajátosságai is kitermeltek olyan, csak rájuk jellemző technikákat (sötét mintázatok), amelyek célja a fogyasztó választásának manipulálása. Ebben az online környezetben a termékek és szolgáltatások népszerűsítése során a tisztességesre törekvő vállalkozásoknak ugyanazon korlátokat kell figyelembe venniük, amelyeket a digitalizációt megelőzően is. A marketing önmagában továbbra sem tilos, de a fogyasztók kegyeiért küzdő kereskedőknek, szolgáltatóknak online felületeik és folyamataik kialakítása során a vásárlásra buzdítás és az előnyök kihangsúlyozása mellett arra is kell törekedniük, hogy a fogyasztók időszerű, világos, érthető és objektív módon kapjanak a valóságnak megfelelő tájékoztatást minden, a döntésükhöz szükséges jelentős információról.

A digitális ágazatban működő vállalkozásokkal szembeni döntések, átfogó elemzések, ágazati vizsgálat és piacelemzés azt mutatják, hogy a magyar fogyasztóvédelem, és ezen belül a GVH képes volt az új kihívásokat felismerni és azokra gyors és hatékony válaszokat adni. Ahhoz, hogy a változó környezethez ilyen jól tudjon alkalmazkodni a hatóság, kellett a GVH hagyományosan kezdeményező szerepe, valamint az Fttv. technológia-semleges szabályozási rendszere, amely az elmúlt másfél évtizedben erős eszközt adott és továbbra is ad a fogyasztóvédelem kezébe.

Az ismertetett ügyek jelentőségét az is adja, hogy szinte minden magyar fogyasztó életére kihatással voltak és vannak, hiszen a digitális átállás keretében az online világ mindannyiunk életében egyre nagyobb szerepet tölt be. Az eljárás alá vont vállalkozások pedig pont azok a szolgáltatók, amelyek a lakosság nagy hányadát elérik, „ott vannak” a napi szinten használt számítógépeken, okostelefonokon. Továbbá azt is hangsúlyozni szükséges, hogy bár az eljárások a magyar fogyasztók védelmében indultak, de azoknak egy része a magyar piacon túlmutató módon zárult le, mivel az eljárás alá vont vállalkozások többször világszinten változtattak kereskedelmi gyakorlatukon a fogyasztók számára kedvező módon.

A GVH a nagy technológiai óriások elleni eredményes fellépéseivel nemzetközi tekintélyt vívott ki és bekerült a digitális piacvédelem uniós szakértői csoportjába.⁷⁷⁴

Az Európai Bizottság munkáját egy ún. magas szintű munkacsoport segíti, amelynek elsődleges feladata, hogy tanácsot és szakértelmet nyújtson az új rendeletek (DMA, DSA) végrehajtásával és érvényesítésével kapcsolatban. A csoportot öt nagy európai adatvédelmi, hírközlési, illetve verseny- és fogyasztóvédelmi szervezet alkotja, amelyek egyike az uniós Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózat. Ez utóbbi szervezet delegálta a GVH-t az uniós szakértői testületbe.

A nemzetközi szinten is kialakult megbecsülést a GVH azzal kívánja megszolgálni, hogy továbbra is arra törekszik, hogy megtalálja azokat a lényeges ügyeket, amelyekkel előremutató módon tudja védeni a fogyasztókat, és ezen keresztül biztosítja a gazdasági verseny érvényesülését. Ehhez az eddig meglévő összes eszközét továbbra is használni

⁷⁷⁴ <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2023-as-sajtokozlemenyek/a-gvh-bekerult-a-digitalis-piacvedelem-unios-szakertoi-csoportjaba> (letöltés: 2024.03.16.).

fogja, amelyeket több új lehetőséggel is kiegészített a közelmúltban a jogalkotó. 2023. január 1-jétől a felszólító levél lehetőségével a GVH elnöke feltételezett jogsértés észlelése esetén (versenyfelügyeleti eljárás helyett, vagy azt megelőzően) jelezheti a hatóság aggályait a címzett vállalkozások által tanúsított magatartásokkal kapcsolatban.⁷⁷⁵ Az Fttv. 2024. március 1-jétől hatályos módosítása nyomán pedig a GVH Versenytanácsa elrendelheti elektronikus adat (pl. honlap) hozzáférhetetlenné tételét, amennyiben ez a fogyasztók kiterjedt érintettségére figyelemmel súlyos sérelem kockázatának megelőzése érdekében szükséges.⁷⁷⁶

8. Forrás- és irodalomjegyzék

- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról.
- Az Európai Parlament és a Tanács 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.
- 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.
- 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.
- Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve (1998. február 16.) a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről.

⁷⁷⁵ https://gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/Tajekoztato_a_Tpvt._szerinti_fel-szolito_levelrol.pdf&inline=true (letöltés: 2024.03.24.).

⁷⁷⁶ Részletesen ld. Fttv. 27/A.-27/E. §. A jelen fejezet témaköréhez ld. pl. Barta, 2023, pp. 33-48.; Darázs, 2023, pp. 81-92.; Fazekas, 2022, pp. 121-130.; Pusztahelyi & Czibrik, 2022; Szilágyi, 2023; Tóth, 2023; továbbá: Autoriteit Consument & Markt (2022). *Guidelines on Protection of the Online Consumer. Boundaries of online persuasion*. <https://www.acm.nl/en/publications/guidelines-protection-online-consumer>; Competition & Markets Authority (2022). *Online Choice Architecture – How digital design can harm competition and consumers*. Crown (https://assets.publishing.service.gov.uk/media/624c27c68fa8f527710aaf58/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf); European Commission (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*. 2022. április 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en>); Federal Trade Commission (2022). *Bringing Dark Patterns to Light* (https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/P214800%20Dark%20Patterns%20Report%202014.2022%20-%20FINAL.pdf).

- Magyarország Alaptörvénye (2011. április 25.) M) cikk (2) bekezdés.
- 2016. évi CL. törvény az általános közigazgatási rendtartásról.
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról.
- 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról.
- 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 (2021/C 526/01; EGT-vonatkozású szöveg; „UCPD-iránymutatás”, 2021.12.29.).
- Autoriteit Consument & Markt (2022). *Guidelines on Protection of the Online Consumer. Boundaries of online persuasion*. <https://www.acm.nl/en/publications/guidelines-protection-online-consumer>.
- Competition & Markets Authority (2022). *Online Choice Architecture – How digital design can harm competition and consumers*. Crown (https://assets.publishing.service.gov.uk/media/624c27c68fa8f527710aaf58/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf).
- Consumer Protection Cooperation Network (CPC), https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/consumer-protection-cooperation-network_en (letöltés: 2024.03.27.).
- European Commission (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*. 2022. április 20. (<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en>).
- European Commission (2022). *Digital Rights and Principles Factsheet*. Publications Office of The European Union (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-rights-and-principles-factsheet> – letöltés: 2024.02.09.).
- European Commission (2021). *Digital Rights and Principles, Special Eurobarometer 518 Report*. Publications Office of The European Union (<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2270> – letöltés: 2024.02.09.).
- European Competition Network (ECN), https://competition-policy.ec.europa.eu/antitrust-and-cartels/european-competition-network_en (letöltés: 2024.03.27.).
- Federal Trade Commission (2022). *Bringing Dark Patterns to Light* (https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/P214800%20Dark%20Patterns%20Report%209.14.2022%20-%20FINAL.pdf).
- OECD „Dark commercial patterns”, OECD Digital Economy Papers, No. 336, OECD Publishing (2022), Paris, <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en> (letöltés: 2022.12.05.). <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en>
- https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/mesterseges-intelligencia_piacelemzes_tanulmany_2024_10_21&inline=true (letöltés: 2024.11.20.).

- https://www.gvh.hu/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/hirdetmeny-piacelemzes-meginditasarol-az-a-mesterseges-intelligencia-piaci-versenyre-es-fogyasztoakra-gyakorolt-hatasainak-vizsgalata-targyaban (2024.01.04.; letöltés: 2024.02.11.). <https://doi.org/10.47829/COS.2024.11201>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2023/vj-11202365 (letöltés: 2024.11.16).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2023-as-sajtokozlomenyek/a-gvh-bekerult-a-digitalis-piacvedelem-unios-szakertoi-csoportjaba> (letöltés: 2024.03.16.).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2023-as-sajtokozlomenyek/a-gvh-megvizsgalja-hogy-a-microsoft-mikent-tajekoztatja-a-fogyasztokat-uj-keresoszolgaltatasarol> (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.69849/revistaft/th102410021703>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2022/vj-16202275 (letöltés: 2024.02.11.).
- <https://gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2022-es-sajtokozlomenyek/repjegyet-venne-vigyazzon-igy-befolyasolhatjak-donteset> (letöltés: 2024.03.04.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek-2021/vj-222021114 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-242020185 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.69849/revistaft/th102410021703>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2020/vj-62020142 (letöltés: 2024.11.16.).
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2019/vj-0422019111 (letöltés: 2024.02.11.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2018/vj-172018153 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-172018110 (letöltés: 2024.03.24.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2018/vj-192018120 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2017/vj_18_2017_120 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.1055/s-0043-106837>
- https://gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_32_2016_164 (letöltés: 2024.03.28.). <https://doi.org/10.1016/j.gexplo.2015.12.010>
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj_88_2016_7 (letöltés: 2024.03.28.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/versenyhivatali_dontesek/dontesek_2016/vj-852016189 (letöltés: 2024.02.09.).
- https://www.gvh.hu/dontesek/birosagi_dontesek/birosagi_dontesek_2016/vj-852016227 (letöltés: 2024.03.24.).

- https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/agazati_vizsgalatok/OTA_gyorsított_agazati_vizsgalat_jelentes_231214.pdf&inline=true (letöltés: 2024.02.11.).
- https://gvh.hu/pfile/file?path=/szakmai_felhasznaloknak/tajekoztatok/Tajekoztato_a_Tpvt._szerinti_felszolito_levelrol.pdf&inline=true (letöltés: 2024.03.24.).
- Barta, J. (2023). A pszichés nyomásgyakorlás, mint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére.* (pp. 33-48). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.06>
- Darázs, L. (2023). *Digitális fogyasztóvédelem európai perspektívában.* In Keserű, B. A. & Szoboszlai-Kiss, K. (szerk.), *Salus Vocalis. Csegöldi indulás – Győri érkezés. Ünnepi tanulmányok Fazekas Judit tiszteletére.* (pp. 81-92). Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft. <https://doi.org/10.59199/salusvocalis.2023.10>
- Fazekas, J. (2022). A fogyasztóvédelmi jog digitális transzformációjának újabb eredményei – avagy az áruk, a digitális tartalmak és a digitális szolgáltatások hibás teljesítéséről szóló irányelvek és transzpozíciójuk. *Jog – Állam – Politika*, 14(2. ksz.), 121-130.
- Herbert, S. A. (1971). Designing Organizations for an Information-rich World. In Greenberger, M. (szerk.), *Computers, communications, and the public interest.* Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press.
- Hindman, M. (2018). *The Internet Trap – How the Digital Economy Builds Monopolies and Undermines Democracy.* Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691184074>
- Pusztahelyi, R. – Czibrik, E. (2022). Online kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelensége a Booking.com döntés tükrében. *Miskolci Jogi Szemle*, (1) (http://real.mtak.hu/146397/1/8_pusztahelyiczibrik_tordeltDOI.pdf). <https://doi.org/10.32980/MJSz.2022.1.1939>
- Szilágyi, P. (2023). *Sötét mintázatok, sötét megoldások, különös tekintettel az online platformokra.* DENTAL-PANNONIA Zrt. (<https://onlineplatformok.hu/files/b7ab7c5b-9f8e-4a37-bd28-1de518af560c.pdf>).
- Tóth, A. (2023). Az ingyenesség állítása mint fogyasztóvédelmi kihívás a digitális gazdaságban. In *A hazai fogyasztóvédelmi jog áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások.* (Versenykör-könyvsorozat II. kötet). (pp. 258-271).
- Tóth, A. (2022). Az online platformok európai szabályozása. *In Medias Res*, (2), 78-102. <https://doi.org/10.59851/imr.11.2.6>
- Tóth, A., Szoboszlai, I. & Szalatkay, J. (2022). Fogyasztóvédelmi jog a digitális gazdaságban. *Versenykör*, 18(2), 68-86. (https://www.gvh.hu/pfile/file?path=/gvh/kiadvanyok/versenyukor/lapszamok/Versenyukor_2022_2.pdf&inline=true).