

4. modul

Tisztességtelen kereskedelmi
gyakorlatok és tisztességtelen
szerződési feltételek

Tartalomjegyzék

Bevezetés	4
Mit nevezünk kereskedelmi gyakorlatnak?	8
Mit nevezünk tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak?	8
Hogyan tehetem lehetővé az ügyfél számára, hogy "teljes mértékben tájékozott gazdasági döntést" hozhasson?	8
Hogyan tehetem lehetővé az ügyfél számára, hogy „szabad gazdasági döntést” tudjon hozni?.....	8
A tisztességesség előírásai minden tagállamban megegyeznek?	8
Hogyan szabályozzák a versenytársakkal szembeni gyakorlatokat?.....	9
Hogyan lehet ellenőrizni, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességes vagy sem?	10
Melyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok azon sajátos formái, amelyek mindig tilosak?	11
Mit nevezünk megtévesztő tevékenységnek?	17
Mit nevezünk megtévesztő mulasztásnak?	18
Mit nevezünk agresszív gyakorlatoknak?	19
Az átlagfogyasztóval és a kiszolgáltatott fogyasztóval kapcsolatos követelmények	19
Mi történik akkor, ha nem tartja be a tisztességes eljárással kapcsolatos kötelezettséget?.....	20
Mit nevezünk fogyasztói szerződésnek és szerződési feltételeknek?.....	21
Melyek a szerződési feltételek tisztességes mivoltára vonatkozó szabályok, és azok mikor alkalmazandók?	22
A tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó szabályok mindenhol ugyanazok a tagállamokban?	23
Be kell tartani a többi ország fogyasztóvédelmi jogi normáit.....	23
Melyek a jóhiszeműség és a jelentős egyenlőség fogalmának elvei?	23
Hogyan kell a szerződési feltételeket megfogalmazni?	24
Léteznek-e olyan feltételek, amelyek minden esetben tisztességtelenek?	24
Melyek azok a feltételek, amelyek valószínűleg tisztességtelenek?	25
Melyek a tisztességtelen szerződési feltételek jogi következményei?	28
Mit jelent ez az Ön számára a gyakorlatban?	29

Határokon átnyúló szerződéssel kapcsolatos jogvita esetén melyik bíróság az illetékes?29

„A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra és a tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó szabályok tisztességes és egészséges versenyt tesznek lehetővé az Európai Unióban.”

Kereskedő

„Fontos tudni, hogy védve vagyok olyan kereskedőkkel szemben, akik tisztességtelen trükköket alkalmaznak termékeik értékesítése érdekében.”

Fogyasztó

„A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra és a tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó szabályok egyértelmű útmutatással szolgálnak arra nézve, hogy mely gyakorlatok elfogadhatók és melyek nem.”

Kereskedő

Bevezetés

Kedves Vállalkozó!

A jelen kézikönyv a "Fogyasztóvédelmi jogból felkészültnnek lenni" elnevezésű projekt részét képezi, amelyet kifejezetten olyan mikro-, kis- és középvállalkozásoknak szántunk, akik a fogyasztókkal kapcsolatban állnak.

A "Fogyasztóvédelmi jogból felkészültnnek lenni" elnevezésű, az egész Európai Unióra kiterjedő projektet a BEUC (az Európai Fogyasztóvédelmi Hatóság) koordinálja az UEAPME (a KKV-k hangja Európában) és az Eurochambres (az Európai Kereskedelmi és Iparkamarák Szövetsége) együttműködésével, és amelyet az Európai Unió hozott létre az Európai Parlament és az Európai Bizottság támogatásával.

A projekt célja, hogy elősegítse az EU fogyasztóvédelmi jog előírásainak betartását.

Az EU fogyasztóvédelmi jog az Európai Unió által az elmúlt 25 évben elfogadott és az EU tagállamok által saját nemzeti jogukba átültetett különböző jogszabályokból áll. 2017-ben az Európai Bizottság felmérést végzett annak megállapítására, hogy a szabályok megfelelnek-e még rendeltetésüknek. Az eredmény teljes mértékben pozitív lett^[1]. A legfontosabb megállapítás szerint a meglévő szabályokat a hatóságoknak hatékonyabban kellene érvényesíteniük, valamint azokat a cégeknek és a fogyasztóknak jobban kellene ismerniük. A Fogyasztóvédelmi jogból felkészültnnek lenni" elnevezésű projekt célja a kereskedők, így különösen a KKV-k tudásának növelése a fogyasztóvédelmi jogokat és a kapcsolódó jogi kötelezettségeket illetően.

A jelen kézikönyv öt modulból áll, amelynek mindegyike az EU fogyasztóvédelmi jog külön fejezetével foglalkozik:

- Az 1. modul a szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelményekkel foglalkozik.
- A 2. modul a fogyasztók elállási jogát mutatja be a távollévők között és az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén.
- A 3. modul azokra a jogorvoslati lehetőségekre összpontosít, amelyeket a kereskedők kötelesek biztosítani, ha nem tartották be a szerződést.
- A 4. modul a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat és a tisztességtelen szerződési feltételeket veszi górcső alá.
- Az 5. modul az alternatív vitarendezési módot és az online vitarendezési (ODR) platformot mutatja be, amely az Európai Bizottság kezelésében lévő hivatalos honlap, és amelynek célja a fogyasztók és a kereskedők számára segítséget nyújtani a jogvitáik bíróságon kívüli rendezése érdekében.

A jelen kézikönyv csak egy a „Fogyasztóvédelmi jogból felkészültnnek lenni” elnevezésű projekt keretein belül létrehozott tananyagok közül. A fogyasztólawready.eu honlap más tanulási eszközökkel is szolgál, mint például videók, kvízek és „e-tesztek”, amelyek révén bizonyítványt lehet szerezni. Továbbá szakértőkkel és más KKV-kkal is fel lehet venni a kapcsolatot egy fórumon keresztül.

^[1] A felmérésről, annak megállapításairól és az azt követő intézkedésekről további információkat az Európai Bizottság honlapján lehet olvasni: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

A jelen kézikönyv 4. moduljának célja megismertetni Önt a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra és a tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó szabályokkal. Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal fenntartott kereskedelmi kapcsolatait illetően (B2C) a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelvben állapították meg a kereskedelmi gyakorlatok tisztességes mivoltára és átláthatóságára vonatkozó EU szabályokat. Ezzel a modul első részében foglalkozunk. A modul második része a tisztességtelen szerződési feltételekről szóló 1993/13/EGK irányelvvel foglalkozik, amely azokat az EU követelményeket fekteti le, amelyek biztosítják, hogy a kereskedők által alkalmazott általános szerződési feltételek tisztességesek és érthetőek legyenek a fogyasztók számára.

Ezen kívül, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv alkalmazandó az üzleti vállalkozások között (B2B) kialakult helyzetekre, védelmet nyújtva a kereskedőknek, különösen a KKV-k részére a többi kereskedő megtévesztő reklámja ellen, és lefekteti azokat a feltételeket, amelyek alapján az összehasonlító reklám megengedett.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelvben foglalt rendelkezésekről, és különösen azok különböző EU országokban történő alkalmazásáról szóló részletesebb információkat az alábbi honlapon talál: [Európai Bizottság útmutatásait tartalmazó dokumentum](#)¹. A [fogyasztóvédelmi jogi adatbázis](#)² és az [Európa Önökért vállalkozási portál](#)³ segítségével szolgálhat a megfelelő információk megszerzésében.

Reméljük, hogy a jelen kézikönyvben található információk hasznosnak bizonyulnak.

¹ http://ec.europa.eu/fogyasztok/fogyasztó_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm

² Lásd <https://e-justice.europa.eu/home.do>

³ Lásd <http://europa.eu/youreurope/business/>

I. rész – Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok

Mit nevezünk kereskedelmi gyakorlatnak?

Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló irányelv alapján, a kereskedelmi gyakorlat a kereskedő által kifejtett olyan tevékenység, mulasztás, magatartási forma vagy megjelenítési mód, illetve kereskedelmi kommunikáció (beleértve a reklámot), amely befolyásolja a fogyasztó gazdasági döntését arra nézve, hogy a terméket megvegye vagy sem, illetve a szolgáltatást igénybe vegye vagy sem.

A kereskedelmi gyakorlat definíciója egy nagyon széles értelemben vett fogalom, amely magában foglalja a valós életből vett olyan helyzetek és üzleti magatartásformák lehető legszélesebb spektrumát, amelyek befolyásolhatják a fogyasztót a választásban. Ezek a szabályok az online és az interneten kívüli kereskedelmi gyakorlatokra, valamint minden fajta árura és szolgáltatásra vonatkoznak. Így ezek Önre is vonatkoznak függetlenül attól, hogy könyveket árul egy boltban vagy különböző szolgáltatásokat nyújt az interneten.

Mit nevezünk tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak?

A kereskedelmi gyakorlat az uniós jog szerint akkor tisztességtelen, ha az megakadályozza a fogyasztót abban, hogy teljes mértékben tájékozott és szabad gazdasági döntést hozzon. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat az EU egész területén tiltják.

Hogyan tehetem lehetővé az ügyfél számára, hogy “teljes mértékben tájékozott gazdasági döntést” hozhasson?

Minden olyan kereskedelmi gyakorlatnak, mint amilyenek például a reklámok, szóbeli ajánlatok, termékoldalak a honlapon, amelyek hatással lehetnek a fogyasztó abbéli döntésében, hogy megvegye az Ön termékét vagy igénybe vegye az Ön szolgáltatását, minden olyan információt tartalmaznia kell, amelyre a

fogyasztónak a döntéshez szüksége van, valamint az információnak valósnak és pontosnak kell lennie.

Ha például Ön olyan terméket kínál, amely állítólag segít abban, hogy valaki két hónap alatt 10 kilót tudjon fogyni, akkor a terméknek bizonyítottan képesnek kell lennie arra, hogy a fogyasztó 2 hónap alatt 10 kilót tudjon fogyni.

Hogyan tehetem lehetővé az ügyfél számára, hogy „szabad gazdasági döntést” tudjon hozni?

A kereskedelmi gyakorlatok során ügyelnie kell arra, hogy ne gyakoroljon aránytalanul erős nyomást a fogyasztóra, amikor megpróbálja rábírní arra, hogy vásárolja meg az árut vagy vegye igénybe a szolgáltatást.


A fogyasztó otthonában értékesítésre szánt porszívókat kínáló kereskedő sosem hagyhatja figyelmen kívül a fogyasztó azon kérését, hogy hagyja el az otthonát.

A tisztességesség előírásai minden tagállamban megegyeznek?

Az EU jog szerint minden tagállamban ugyanolyan fogyasztóvédelmi előírásokat kell alkalmazni a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben. Ezeket a szabályokat ezen a területen valóban teljes körűen harmonizálták (azokat kivéve, amelyek a pénzügyi szolgáltatásokra és az ingatlanokra vonatkoznak, mert azok esetében a tagállamok szigorúbb követelményeket támaszthatnak). Ez azt jelenti, hogy a szabályoknak meg kell egyezniük az EU területén és így, amennyiben Ön eleget tesz a

szabályoknak egy tagállamban, akkor automatikusan eleget tesz a szabályoknak minden más tagállamban is. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy szabadon működhet a többi tagállamban anélkül, hogy aggódnia kellene a nemzeti jogszabályok betartása miatt.

Hogyan szabályozzák a versenytársakkal szembeni gyakorlatokat?

A többi vállalkozást érintő kereskedelmi gyakorlatok nem tartoznak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv hatálya alá. Megjegyezzük azonban, hogy néhány EU tagállam kiterjesztette a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvet átültető nemzeti szabályait a vállalkozások közötti helyzetekre, illetve konkrét szabályokat fogadott el a vállalkozások közötti tisztességtelen gyakorlatokra. Ezek a tagállamok: Ausztria, Belgium (részben), a Cseh Köztársaság, Franciaország (részben), Németország, Olaszország (csak a mikrovállalkozások esetén), Hollandia, Portugália (részben) és Svédország⁴. 

Európai szinten ezenkívül a megtévesztő és összehasonlító reklámról⁵ szóló 2006/114/EK irányelv védi a kereskedőket a többi kereskedő megtévesztő reklámjaitól és lefekteti azokat a feltételeket, amelyek alapján az összehasonlító reklám megengedett (vagyis olyan reklám, amelyben egy versenytárs vagy a versenytárs által kínált termékek szerepelnek).

Megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve annak megjelenítését is – alkalmas annak a személynek a megtévesztésére, aki felé irányul; alkalmas gazdasági viselkedésének a

torzítására; illetve ebből kifolyólag a versenytársak érdekeinek megsértésére. A szaknévsorral kapcsolatos csalások például tiltottak az említett irányelv rendelkezései szerint.

Az említett irányelvben foglalt szabályok ezen kívül akkor alkalmazandók, amikor Ön úgy reklámozza a termékét, hogy azt összehasonlítja egy versenytárs hasonló termékével. Kereskedőként Önnek például meg kell győződnie arról, hogy a versenytársa termékével összehasonlított termék ugyanazokat az igényeket elégíti-e ki, illetve, hogy ugyanannak a rendeltetésnek felel-e meg. Ön például a hűtőszekrénye elektromos hatásfokát csak egy másik gyártó hűtőszekrényének a hatásfokával tudja összehasonlítani; egy sütő elektromos hatásfokával már nem. Továbbá, reklámjában soha nem mutathat be árut vagy szolgáltatást egy védett védjeggyel vagy védett kereskedelmi névvel ellátott áru vagy szolgáltatás utánzataként vagy másolataként.

⁴ Lásd a Célravezetőségi vizsgálat fő jelentésének 363-368. oldalát http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840

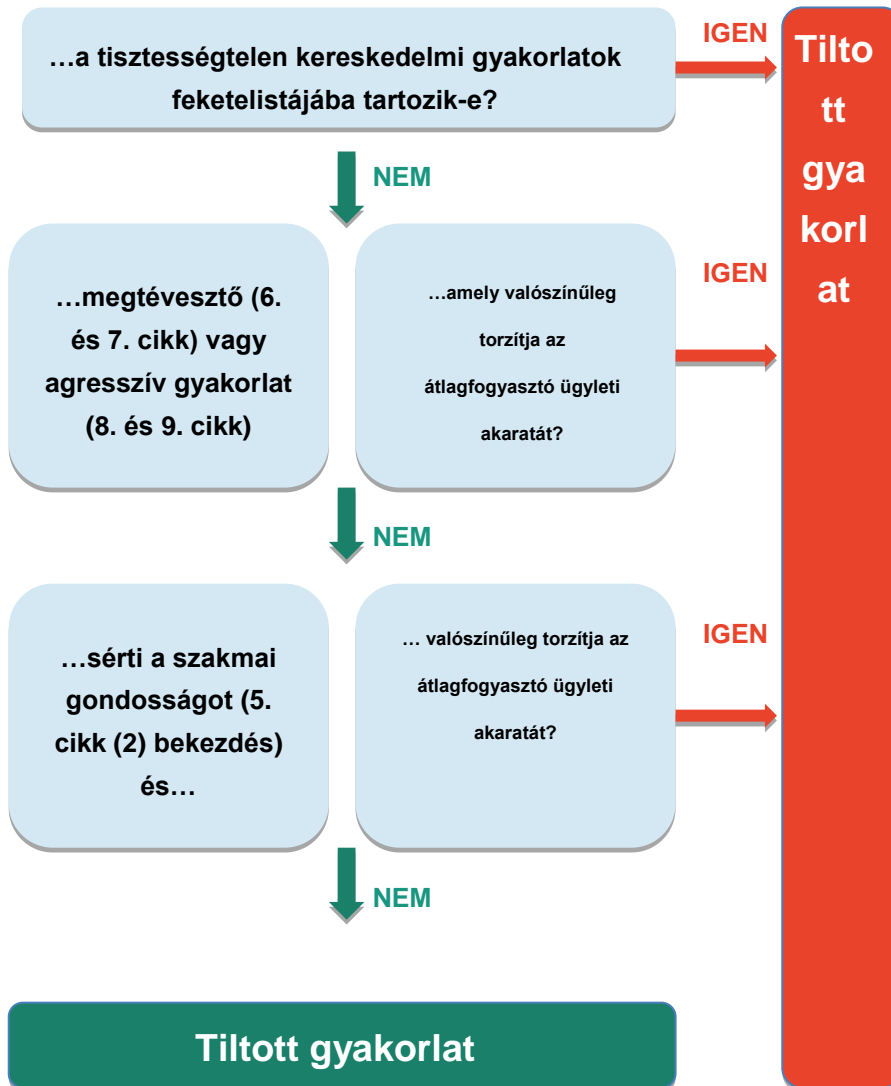
⁵ Lásd <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex:32006L0114>

Hogyan lehet ellenőrizni, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességes vagy sem?

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv működésére vonatkozó folyamatára

A lenti folyamatábra bemutatja a kereskedelmi gyakorlatok mellékletben található „feketelistáját” és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv általános klauzuláit, vagyis a 6.-9. cikkek és az 5. cikk közötti kapcsolatot. Elegendő, hogy a kereskedelmi gyakorlat csak egynek feleljen meg az alábbiak közül ahhoz, hogy tisztességtelennek minősüljön és ezért a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerint tiltott legyen.

Vajon a kereskedelmi gyakorlat:



Melyek a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok azon sajátos formái, amelyek mindig tilosak?

A feketelistán szereplő 31 gyakorlat olyan online és interneten kívül értékesített terméket foglal magában, amely kedvezőtlen hatást gyakorol a fogyasztó szabad és teljes körűen tájékozott gazdasági döntésére. A feketelistán szereplő első 23 gyakorlat a kereskedő megtévesztő magatartásával, míg az utolsó nyolc a tiltott agresszív gyakorlatokkal foglalkozik.

1) Annak valótlan állítása, hogy Ön a magatartási kódex aláírója.

Példa: a gyümölcskereskedő valótlanul azt állítja, hogy a Biogyümölcs Termesztők Szövetségének a tagja. Ez a rendelkezés megvédi a fogyasztót az olyan megtévesztő kijelentésektől, amelyek az etikai kódexekre, mint a különféle szövetségekbe – például a biogyümölcs-termesztők szövetségébe vagy az utazási irodák szövetségébe – tömörült kereskedői csoportok által kialakított magánszektori szabályozás formájára vonatkoznak.

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

Példa: engedély nélkül uniós vagy nemzeti ökocímkeket használó kereskedő (pl., EU ökocímke).

3) Annak valótlan állítása, hogy egy magatartási kódexet valamely közjogi, vagy egyéb szervezet jóváhagyott.

Példa: a supermarketek szövetsége valótlanul azt állítja, hogy a magatartási kódexét jóváhagyta az országos fogyasztóvédelmi szervezet.

4) Annak valótlan állítása, hogy egy kereskedőt (beleértve annak kereskedelmi gyakorlatait) vagy egy terméket valamely közjogi vagy magánszervezet elismert, jóváhagyott, vagy engedélyezett, vagy pedig ilyen állítás az elismerési, jóváhagyási és engedélyezési feltételeknek való megfelelés nélkül.

Példa: egy játék csomagolásán valótlanul feltüntetni, hogy az neves tanúsító szervezet által „bevizsgált termék”.

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

Példa: a kereskedő a fogyasztót vonzó különleges ajánlatokkal és árkedvezményekkel csalogatja be, miközben a kereskedő tudja vagy tudnia kellene, hogy ezeket a termékeket egyáltalán nem vagy csak elégtelen mennyiségben tudná kínálni. Ezen kívül a termékeket úgy kínálják különleges feltételek mellett, hogy a kereskedő nem teszi egyértelművé azt a tényt, miszerint az ajánlat csak korlátozott mennyiségű termékre, illetve korlátozott időtartama érvényes.



6) Egy adott termék adott áron történő megvásárlására való felhívás, majd:

- a) a reklámozott termék fogyasztóknak való bemutatásának visszautasítása;
vagy
- b) a termékre vonatkozó megrendelés felvételének vagy a termék ésszerű időben való szállításának visszautasítása;
vagy
- c) a termék egy hibás példányának bemutatása,

egy másik termék eladásösztönzésének a szándékával („bait-and-switch reklám”).

Példa: az üzlettulajdonos egy neves német gyártó kameráját reklámozza összesen 100 eurós áron. Amikor azonban a fogyasztó bemegy az üzletbe, hogy megvegye a kamerát, akkor a kereskedő:

- a) visszautasítja, hogy megmutassa a kamerát a fogyasztónak;
vagy
- b) visszautasítja, hogy eladja azt a fogyasztónak,
vagy
- c) a kamerának csak egy hibás példányát mutatja meg.

A kereskedő a fent említett három cselekményt akkor végzi, amikor rá akarja venni a fogyasztót arra, hogy vegyen egy másik terméket, pl., egy másik kamerát, és ne azt, amelyik a reklámban szerepelt.

**7) A fogyasztók azonnali döntéshozatalra kényszerítésének céljából hamisan azt állítani, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig kapható, vagy csak különleges feltételek mellett, nagyon korlátozott ideig lesz kapható, és ezáltal a fogyasztókat megfosztani a tájékozott döntéshez szükséges időtől vagy alkalomtól.**

Példa: az alábbi ajánlat: „Vegye meg a reklámozott mobiltelefont 24 órán belül és a szokásos árnak csak a felét kell megfizetnie! Ne késlekedjen! Az ajánlat ma éjfélkor lejár. Ezt a terméket többet nem áruljuk. Vásároljon most!”

Abban az esetben, ha az ajánlat érvényes lenne az említett időtartam lejártát követően is, akkor ez az eljárás felkerülne a kereskedelmi gyakorlatok feketelistájára.

Egy másik példa: egy hotelszoba online reklámjában szerepel: „foglaljon most, ez az utolsó szabad szobánk”, miközben a valóságban több szoba is szabad még.

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

Példa: a kereskedő azt állítja, hogy a tőle vásárolt számítógépek a vásárlást követően egyéves ingyenes értékesítés utáni műszaki támogatást élveznek. A vásárlást követően azonban a fogyasztó rájön, hogy az értékesítés után műszaki támogatás csak angol nyelven érhető el és nem azon a nyelven, amelyre a fogyasztó számíthatott volna a kereskedő előzetes közlései alapján, és az olyan tény, amiről a kereskedő nem tájékoztatta a fogyasztót.

9) Annak valótlan állítása, vagy olyan benyomás keltése, mintha a termék jogszerűen forgalmazható lenne.

Példa: a kereskedő azt reklámozza, hogy olyan védett fajtájú növényt árusít, amelynek árusítása jogszabály szerint tilos.

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

Példa: a kereskedő kellékszavatosságot nyújt egy termékre (amelyet a jogszabály előír – lásd a fogyasztási cikkek adásvételéről szóló modult) azt állítva, hogy ez a kereskedő által eladásra kínált konkrét termék különleges és többlettulajdonsága.

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

Példa: a kereskedő egy orvos által megfogalmazott tudományos jellegű leírást ad egy új fogkrém tulajdonságairól anélkül, hogy tájékoztatta volna a vevőket arról, hogy a kereskedő valójában fizetett a tudományosnak tetsző cikkért.

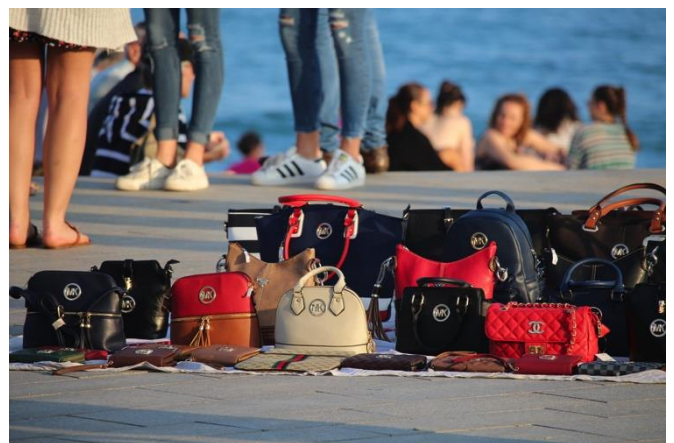


12) Jelentős tények hamis állítása a fogyasztó, illetve családja személyes biztonsága fenyegetettségének természetére és mértékére vonatkozóan, abban az esetben, ha a fogyasztó nem vásárolja meg a terméket; törvénytelenül apellálva az esetleges veszélyektől való félelemre.

Példa: a kereskedő hamis vagy pontatlan statisztikát mutat be a környéken elkövetett bűnesetekről annak érdekében, hogy a fogyasztót rábírja egy riasztórendszer megvételére az otthona védelmében.

13) 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.

Példa: oly módon zavart kelteni a márkaneveket illetően, hogy a többi gyártó termékeihez hasonló ábrázolást vagy címkézést használ. Ilyen eset például, amikor olyan táskát árul valaki, amely olyan nagy mértékben emlékeztet egy másik gyártó táskájára, hogy az átlagfogyasztó nem tudja könnyen megkülönböztetni a másik táskát a márkástól.



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

Példa: egy piramis-elven működő marketingrendszer: a kozmetikai termékeket áruló hálózathoz eladóként csatlakozni kívánó személynek belépési díjat kell fizetnie, és fő bevételi forrása más emberek ugyanezen hálózatba történő toborzásából származik.



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

Példa: a kereskedő valótlanul azt állítja, hogy a boltja be fog zárni, mindezt azért, hogy a fogyasztókat ezzel rábírja termékeinek a megvásárlására (pl., *A bérleti idő lejárt – péntekre mindent ki kell üríteni; Végkiárusítás*).

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

Példa: a kereskedő ajánlata, amely így hangzik: *„Végre nyerhet a lottón! Vásárolja meg az új algoritmusrendszert, és segítségével nyerjen a lottón”*.

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

Példa: a kereskedő valótlanul azt állítja, hogy egy bizonyos termék megszüntetheti a kopaszságot: *„Hogyan érezné magát, ha tele lenne a feje hajjal? Tíz évvel fiatalabbnak? A MiracleGrow Hair Gel egy kipróbált és bevált termék a haj megfiatalítására^{6!}”*.

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

Példa: a kereskedő hamisan úgy tünteti fel magát, mintha kizárólagos eladója lenne egy bizonyos terméknek, aki ezért a piaci árnál magasabb árat számíthat fel érte: *„Ezt a teniszütőmárkát egy híres és sikeres teniszjátékos használja! Ön is megvásárolhatja – kizárólag a mi honlapunkon keresztül. Vásároljon most amíg a készlet tart!”* miközben a valóságban a márkát több honlapon is meg lehet vásárolni különböző kereskedőktől, sokkal alacsonyabb áron.

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

Példa: a kereskedő azt reklámozza, hogy egy konkrét doboz jégkrém megvásárlása esetén a fogyasztó automatikusan részt vesz egy szerencsejátékban, ahol számos nyeremény vár gazdára. A valóságban azonban semmilyen díjat nem kínálnak senkinek; ez csak egy megtévesztő kijelentés annak érdekében, hogy az embereket jégkrémvásárlásra bátorítsák.

⁶ Megjegyezzük, hogy a reklámmal kapcsolatos egészségügyi követelményekre más szektorspecifikus uniós és nemzeti egészségügyi és gyógyszerkészítményekre vonatkozó jogszabályok is alkalmazandók.

Ez a rendelkezés akkor alkalmazandó, ha kereskedelmi taktikaként verseny meghirdetésére vagy eladásösztönzés során nyereség felajánlására kerül sor annak érdekében, hogy a fogyasztókat egy adott termék megvételére buzdítsák, miközben egyébként semmilyen díjat – illetve a leírtakhoz hasonlítható díjat – nem kapnak a fogyasztók.

20) A termék „díjtalan” leírása, ha a fogyasztónak a kereskedelmi gyakorlat elfogadásának és a termék szállításának, illetve szállíttatásának költségén felül bármit is fizetnie kell.

Példa: A könyvesbolt hirdetésében az szerepel, hogy a könyvekhez ingyen lehet hozzájutni, miközben valójában a fogyasztónak a könyvekért fizetnie kell, és csak minden harmadik könyv ingyenes.

21) 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.

Példa: a kereskedő prospektust küld az újonnan kiadásra került enciklopédiáról a fogyasztó részére a kifizetendő számlával együtt oly módon, hogy a fogyasztó azt higgye, már megrendelte a könyvet és most ki kell fizetnie.

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

Példa: a kereskedő fogyasztóként tünteti fel magát amikor online pozitívan értékeli egy bizonyos hotelt, holott igazából ő a hotel tulajdonosa.

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

Példa: a kereskedő számítógépet árul a fogyasztónak Franciaországban azt állítva, hogy a termékkel kapcsolatos

bármilyen kérdésre ingyenes telefonos segítség áll rendelkezésre az Európai Unió minden tagállamában, holott a telefonos támogatás csak Franciaországban és kizárólag francia nyelven érhető el.

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

Példa: a fogyasztó belép az üzletbe és a kereskedő azt állítja, hogy már bezárta az üzlet ajtaját azzal, hogy a fogyasztó csak akkor hagyhatja el a helyiséget, ha vásárol a kínált termékekből. Elegendő, ha a kereskedő azt a benyomást kelti a fogyasztóban, hogy nem hagyhatja el a helyiséget; nem kell hozzá az, hogy ténylegesen bezárja a fogyasztót.

25) A fogyasztó személyes felkeresése a lakhelyén, figyelmen kívül hagyva annak távozásra és vissza nem térésre felszólító kérését, kivéve azon feltételek esetén és abban a mértékben, amelyet a nemzeti jog a szerződéses kötelezettség végrehajtásának érdekében jogszerűnek ismer el.

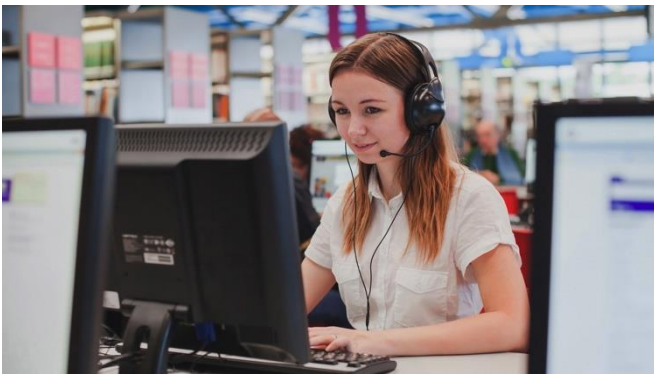
Példa: evőeszközökkel hálázó kereskedő, aki nyomtatékosan próbálja rábeszélni a fogyasztót az evőeszközök megvásárlására, holott a fogyasztó egyértelművé tette, hogy semmilyen terméket nem kíván vásárolni a kereskedőtől. Az ilyen kitartó kereskedői magatartással esetleg nyomást gyakorolhatnak a fogyasztókra, hogy vegyék meg a kínált árut, hogy végre megszabadulhassanak a kereskedőtől.



Olyan helyzet nem tekinthető tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, amikor a kereskedő újra és újra felkeresi a fogyasztót az otthonában annak ellenkező értelmű kérése ellenére, amennyiben olyan termék ellenértékét igyekszik behajtani a fogyasztótól, amelyet a fogyasztó ténylegesen megrendelt, de még nem fizetett ki.

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

Példa: a kereskedő számos emailt vagy SMS üzenetet küld a fogyasztónak egy adott terméket illetően, holott a fogyasztó egyértelműen arra kérte, hogy ezt szüntesse be. Ez nem szükségszerűen akadálya annak, hogy a kereskedő folyamatosan sűrűsítse a fogyasztót olyan dolog kifizetésére, amelyet a fogyasztó már megrendelt, de még nem fizetett ki.



Néhány tagállamban tilos a „hideg hívás” az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvvel összhangban⁷. Néhány tagállam, mint például Németország megköveteli, hogy a fogyasztó dönthesse el szeretne-e kénytelen hívásokat fogadni a kereskedőktől. Ugyanez a helyzet Dániában, ahol szigorúan korlátozzák a fogyasztóval történő kapcsolatfelvételt telefonon, emailben, SMS-ben, a saját otthonában vagy a munkahelyén, amennyiben azt a fogyasztó nem engedélyezte, és ez csak akkor lehetséges,

ha előzetes engedélyt adtak hozzá (néhány kivételt leszámítva a telefonon keresztül történő értékesítés esetén). Arra a kevés esetre, amikor ez engedélyezett, fel lehet valakit venni egy különleges listára a kénytelen kapcsolatfelvétel elkerülése céljából, mint ahogy azt Olaszországban és Belgiumban is teszik.

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

Példa: a biztosító előírja, hogy a fogyasztó a csomagjából eltűnt személyes tárgyak ellopása vagy elvesztése miatti kártérítési követelése céljából mutasson be számlát minden olyan tárgyról, amelyet illetően követeléssel él. A tárgyra vonatkozó számlák előírása ésszerűen nem tekinthető lényeges szempontnak. Ez a rendelkezés biztosítja, hogy a fogyasztó könnyen és hatékonyan érvényesíthesse biztosítási igényét.

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

Példa: „Ez a videó most került a piacra – a barátaid közül neked legyen meg először, ezért azonnal szólj az anyukádnak, hogy amilyen hamar csak lehet, vegye meg neked! Hé, srácok! Vegyétek rá a szüleiteket, hogy vegyék meg a Batman trilógiát DVD-n! Olvassátok el Fluffy the Bunny kalandjait ebben az új képregényben – kérd meg anyukádat, hogy vegye meg neked.”

Ennek a szabálynak a célja a gyermekek (és szüleik) védelme attól, hogy direktreklámok célpontjai legyenek. E gyakorlat tisztességtelen mivoltának szükséges eleme a „közvetlen felszólítás”, vagyis a reklámnak az legyen a célja, hogy nyomást gyakoroljon a gyermekekre vagy azok szüleire.

⁷ Az elektronikus hírközlési adatvédelemről szóló 2002/22/EK irányelv.

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

Példa: a kereskedő olyan árukkal vagy szolgáltatásokkal látja el a fogyasztót, amelyet előzőleg nem rendelt meg (pl., a kereskedő küld egy könyvet a fogyasztónak anélkül, hogy a fogyasztó azt kérte volna, majd pedig kéri, hogy fizesse ki).

Megjegyezzük, hogy a fogyasztók jogairól szóló irányelv szerint a fogyasztók nem kötelesek kéréstlen árukért vagy szolgáltatásokért fizetni. A fogyasztók nem kötelesek továbbá a kéréstlen árut megkifogásolni vagy visszaküldeni.

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

Példa: a fogyasztó otthonába látogató porszívókereskedő azt állítja, hogy elveszíti az állását, ha a fogyasztó nem vásárol tőle porszívót. E rendelkezés alkalmazása szempontjából lényegtelen szempont, hogy az állítás igaz vagy sem.

31) 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, illetve a nyeremény vagy egyéb előny érvényesítésével kapcsolatos cselekmény megtétele ahhoz a feltételhez kötött, hogy a fogyasztó pénzt fizessen vagy költségek viselését vállalja.

Példa: a kereskedő arról tájékoztatja a fogyasztót, hogy autót nyert, miközben igazából nem létezett ilyen díj, vagy amikor egy díj elnyeréséhez a fogyasztónak meg kell vásárolnia egy másik terméket vagy fizetnie kell egy összeget, vagy például egy emeltdíjas forródrót felhívása.

Mit nevezünk megtévesztő tevékenységnek?

A megtévesztő tevékenységek tilalma biztosítja, hogy minden kereskedelmi gyakorlat csak olyan információt tartalmazzon, amely valóságos és pontos, valamint, hogy az információ ne legyen megtévesztő a fogyasztó számára. A kereskedelmi gyakorlat tisztességes mivoltát mindig vizsgálni kell olyan szempontból, hogy vajon az egy átlagfogyasztó számára megtévesztő-e vagy sem.

Az alábbi esetek például hamis adatközlés miatt megtévesztő tevékenységnek minősülnek:

1. Az élelmiszereket valótlanul úgy hirdetik meg, hogy nem tartalmaznak adalékanyagot;
2. A valótlanul tengerre néző szobaként meghirdetett hotelszoba;
3. Az autót úgy hirdetik meg, hogy a valóságos értéknél kevesebb széndioxidot bocsát ki;
4. A fogyasztó biztatása kereskedelmi jótállás megvásárlására az új hűtőszekrény mellé azt állítva, hogy egyébként a fogyasztónak semmilyen jogorvoslat nem állna a rendelkezésére arra az esetre, ha a hűtő nem működne, holott törvényileg az eladó felel azért, hogy a termék megfeleljen a kellékszavatosságról szóló uniós jogszabályoknak⁸.

Az alábbi esetek megtévesztő tevékenységnek minősülnek amiatt, hogy a valós információt megtévesztő módon nyújtották:

1. Egy kisadag csokoládét jóval nagyobb csomagolásban kínálni, amely azt a látszatot kelti, hogy a csomag jelentősen több csokoládét tartalmaz, mint a valóságban.
2. Vegytisztítási szolgáltatásokat kínálni oly módon, hogy a fogyasztó tévesen azt higgye, miszerint a ruhák szakszerű vasalása is benne van az árban.

⁸ Lásd a fogyasztók jogairól és garanciáiról szóló 3. modul

A megtévesztő tevékenységek vizsgálatát a kereskedelmi gyakorlat alábbi elemeivel kapcsolatos információk alapján kell végezni:

1. a termék létezése vagy természete; (pl., használt termék újként történő értékesítése);
2. a termék vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságai; földrajzi vagy kereskedelmi eredet vagy a használatból várható eredmények; (pl., összetétel: cukormentes, tartósítószermentes, táplálkozási panaszok; panaszkezelési eljárások elérhetősége; gyártási módszerek: hormonmentes, biotermékek; a reklámozott termék mennyisége: 1 literes üveg, miközben az üveg csak 9 decilitert tartalmaz; műszaki specifikációk: üzemanyag fogyasztás, energiafogyasztás);
3. 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 (pl., a termék megvásárlásával egy humanitárius szervezet pénzügyi támogatása, miközben ez nem igaz);
4. az ár vagy az ár kiszámításának módja, illetve különleges árkedvezmény megléte (pl., hamis ár feltüntetése például vonatjegy 59 euróért, miközben az a valóságban 109 euróba kerül);
5. valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége (pl., valótlanul azt állítani, hogy az eladott autómobilhoz a következő tíz évben alkatrész áll rendelkezésre);
6. 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 (pl., valótlanul azt állítani, hogy

a kereskedő elnyerte a legjobb szabónak járó díjat);

7. a fogyasztó jogai, beleértve a csere vagy visszatérítés jogát, vagy azon kockázatok, amelyekkel szembesülhet (pl., a fogyasztók jogait különböző jogszabályok biztosítják, mint például kellékszavatosság)⁹.

Mit nevezünk megtévesztő mulasztásnak?

A megtévesztő mulasztás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok formája, amikor a kereskedő elmulasztja tájékoztatni a fogyasztót a „jelentős” információkról, vagyis olyan információkról, amelyekre az átlagfogyasztónak a tájékozott gazdasági döntéshez szüksége lenne. A termék reklámozása közben és értékesítése előtt a fogyasztónak minden lényeges információt meg kell kapnia.

Példa a megtévesztő mulasztásra: „*Repülőjegy Párizsba 99 euróért*”, de a reklám nem szól arról, hogy többletköltségekre is számítani kell, mint például a jelentős repülőtéri illetékekre, így a teljes ár végül több mint 150 euróra rúg. Ugyanígy megtévesztő mulasztásnak minősül a nagysebességű internetcsatlakozás reklámozása havonta 29 euróért, miközben elfelejtik azt megemlíteni, hogy ez az ajánlat csak akkor vehető igénybe, ha a fogyasztó aláír egy hároméves előfizetési szerződést.

Az a kereskedelmi gyakorlat is megtévesztő mulasztásnak minősül, amikor a kereskedő tájékoztatja ugyan a fogyasztót a lényeges információkról, de azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon teszi. Ezért az információk nem megfelelő átadása, amelyből a fogyasztónak nem származik előnye, mint például alig olvasható betűtípus

⁹ Lásd a fogyasztó elállási jogáról szóló 2. modult

használata, olyan helyzetnek minősül, mintha egyáltalán nem adtak volna tájékoztatást¹⁰.

Megjegyezzük, hogy a tájékoztatási követelmények szigorúbbak ott, ahol a kereskedő kereskedelmi tájékoztatása úgynevezett „**vásárlásra való felhívást**” testesít meg, amely szűkebb fogalom, mint a reklám. A „vásárlásra való felhívással” a kereskedő tájékoztatást ad a reklámozott termék tulajdonságairól és áráról oly módon, hogy a fogyasztó meghozhassa a vásárlásra irányuló döntését.

Amikor „vásárlásra való felhívásnak” minősülő kereskedelmi felhívásra kerül sor, feltétlenül fel kell tárni az alábbiakat, kivéve, ha az már egyértelműen kitűnik a szöveggörnyezetből:

1. a termék vagy szolgáltatás lényeges tulajdonságai;
2. az Ön postai címe, azonosítási adatai és kereskedői neve, illetve annak a gazdasági szereplőnek a postai címe és azonosítási adatai, akinek a nevében Ön eljár;
3. a teljes ár (vagyis beleértve az adókat és a kiegészítő költségeket, például közlekedés, szállítás vagy postai feladás díja); ha az árat nem lehet előre kiszámítani (a termék vagy a szolgáltatás jellege miatt), akkor meg kell adni az árszámítás módját; ha a további költségeket nem lehet előre kiszámítani, akkor jelezni kell annak tényét, hogy ilyen díjakra kell vagy lehet számítani;
4. a fizetés, a szállítás és a teljesítés és/vagy panaszkezelés konkrét feltételei; valamint
5. megfelelő esetben az elállási jog¹¹.

¹⁰ A szerződéskötést megelőző tájékoztatási követelményről szóló modulban és annak „hogyan kell megadni a szükséges tájékoztatást a fogyasztónak” című részében olvasható, hogy milyen módon kell a tájékoztatást világos, érthető módon nyújtani.

¹¹ Lásd a fogyasztó elállási jogáról szóló 2. modult

Mit nevezünk agresszív gyakorlatoknak?

Az agresszív gyakorlatok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok formái, amikor a kereskedő törvénytelen módon korlátozza a fogyasztó választási szabadságát vagy magatartását.

A gyakorlatban az agresszív gyakorlat megjelenése a kereskedői magatartás alábbi néhány megnyilvánulási formájának a következménye: zaklatás (pl., zavaró, folytonos telefonhívások), kényszerítés (a fogyasztó megfenyegetése, ha nem veszi meg a terméket), beleértve a fizikai erőszakot, illetve meg nem engedett befolyásolás (vagyis olyan hatalmi helyzet kihasználása, amelyben a fogyasztó nem dönthet szabadon).

Lehetséges példák:

1. Ha a kereskedő gyakorlatilag teljesen megnehezíti a fogyasztó számára a hosszútávú szolgáltatási szerződés megszüntetését, illetve azt, hogy másik szolgáltatóra válthasson úgy, hogy csapdába ejti azáltal, hogy automatikusan megújul a szerződése.
2. Ha a kereskedő a fogyasztótól az üzletben a rendes árnál jelentősen magasabb árat kér, lévén, hogy a fogyasztónak sürgősen szüksége van egy új ajtózárra.

Az átlagfogyasztóval és a kiszolgáltatóval kapcsolatos követelmények

A kereskedelmi gyakorlat tisztességes mivoltának vizsgálatát a tisztességes magatartásra vonatkozó általános rendelkezések vagy a megtévesztő gyakorlatokra, megtévesztő mulasztásokra és agresszív gyakorlatokra vonatkozó rendelkezések szerint az átlagfogyasztó várható viselkedésére vonatkozó követelmény alapján kell elvégezni. Amennyiben a kereskedő kiszolgáltatót fogyasztót céloz meg, akkor a kiszolgáltatót fogyasztó várható viselkedésére vonatkozó követelmény a releváns.

Az uniós jog szerint kétfajta fogyasztó létezik: az *átlagfogyasztó* és a *kiszolgáltatót fogyasztó*. Attól függően, hogy milyen fogyasztóval tart fent üzleti kapcsolatot, változtatnia kell azon a módszeren, ahogyan a fogyasztót kezeli.


Az uniós jogszabályban foglalt definíció szerint a *kiszolgáltatót fogyasztó* olyan fogyasztó, aki a kora, szellemi vagy testi fogyatékosága, hiszékenysége miatt kiszolgáltatót, mint például a gyermekek, az idős emberek vagy a fogyatékkal élő személyek.

A kiszolgáltatót fogyasztóknak különleges igényeik vannak, amikor a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szembeni védelemről van szó. Ezért fontos, hogy nagyobb figyelmet fordítson azokra a kereskedelmi gyakorlatokra, amelyeket olyankor alkalmaz, amikor kiszolgáltatót fogyasztókat céloz meg.

Annak elkerülése érdekében, hogy megtévesztő mulasztásba keveredjen, olyan módszereket alkalmazhat, amelyek segítségével a kiszolgáltatót fogyasztók különleges sajátosságaira figyelemmel bocsáthat információkat rendelkezésre. Ha például idős személyeknek árul terméket, akkor megnövelheti a tájékoztatás szövegének betűméretét. A tájékoztatásnak világosnak, érthetőnek és hozzáférhetőnek kell lennie.

Hasonlóképpen a látássérült fogyasztó esetében, amikor a tájékoztatást a megfelelő eszközök és szimbólumok segítségével kell nyújtani. Olyan szakértőkhöz lehet fordulni, aki segítenek megtalálni a megfelelő eszközt és szimbólumokat. Az interneten keresztül lehet velük kapcsolatba lépni.

Mi történik akkor, ha nem tartja be a tisztességes eljárással kapcsolatos kötelezettséget?

Az uniós jog előírja, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályok megszegése miatt kirott szankcióknak arányosnak, hatékonyak és elrettentőnek kell lenniük. A szankciók eltérőek a tagállamokban. 

A szankciók között rendszerint szerepel annak a szerződésnek az érvénytelenítése, amelyet a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hatására kötöttek. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok miatti szankciók ugyanakkor büntetőjogi szankciók is lehetnek, pl., a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat végző vállalatban dolgozó felelős személy büntetőjogilag felelős lehet és börtönbüntetésre ítélhető. A leggyakoribb szankciók azonban a különböző összegű pénzbírságok. Erre néhány példa:

- Olaszországban a fogyasztóvédelmi kódex 27. cikke tartalmazza a minimális bírságot: €5.000,- és a maximális pénzbírságot: €5.000.000. Ezek az összegek vagy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv vagy a fogyasztók jogairól szóló irányelv megsértése, illetve mindkettő megsértése esetén párhuzamosan alkalmazandók. Ismételt megsértés esetén a kereskedőt felszólíthatják arra, hogy a kereskedést maximum harminc napos időtartamra függessze fel.
- Belgiumban a maximálisan kiszabható pénzbírság 600.000,- euró lehet.
- Németországban a „hideg hívásért” maximum €300.000 eurót lehet kiszabni.

Az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályokra, illetve azok Európai Bíróság, nemzeti bíróságok és országos hatóságok általi értelmezésére vonatkozóan mélyrehatóbb információt [az Európai Bizottság által kiadott útmutatásban](#)¹² talál.

Az útmutatás tartalmaz egy olyan fejezetet, amely konkrétan kitér arra, hogy a szabályok miként alkalmazandók az online ágazatban kialakuló olyan új üzleti modellekre, mint például a platformok, a megosztásalapú gazdaság, összehasonlításra szolgáló eszközök, felhasználói szemlék stb.

¹² Lásd http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_hu.pdf

2. rész – Tisztességtelen szerződési feltételek

Mit nevezünk fogyasztói szerződésnek és szerződési feltételeknek?

A fogyasztói szerződés olyan szerződés, amelyet a kereskedő a fogyasztóval köt függetlenül attól, hogy annak tárgya áru, szolgáltatás és/vagy digitális tartalom.

Például a fogyasztóval online kötött szerződés könyvek eladásáról.¹³

A legtöbb szerződés szerves részeként általános szerződési feltételeket tartalmaz (ÁSZF), amelyben rögzítik az egységesített szabályokat és eljárásokat (nem képezi a tárgyalások témáját), amelybe a fogyasztónak bele kell egyeznie. Ezek gyakran komplex és terjedelmes jogi szövegek. A tanulmányok szerint a legtöbb fogyasztó nem olvassa el azokat, különösen, ha azokat online kötik. A legtöbb fogyasztó nem vesz tudomást a tartalomról, még akkor sem, ha az ÁSZF-t hivatalosan kell elfogadni online, például ki kell pipálni egy rubrikát.

Ha Ön ÁSZF-t alkalmaz a fogyasztóval kötött szerződésében, akkor első lépésként világosan meg kell határoznia annak célját. Lehet, hogy az ÁSZF egyáltalán nem szükséges, mert a nemzeti vagy uniós szabályok alapján alapértelmezett jogi helyzet megfelelő és elegendő keretet biztosít a szerződés teljesítéséhez.

Ha Ön azonban az ÁSZF alkalmazását szükségesnek tartja, akkor szíveskedjen azt a fogyasztó bizalmának növelésére igénybe venni ahelyett, hogy a lehető legtöbb felelősség alól igyekszik kimenteni magát. Jogvita esetén az ÁSZF tisztességes mivoltát a bíró ellenőrzi az alábbi pontokban leírt szabályoknak megfelelően.

Melyek a szerződési feltételek tisztességes mivoltára vonatkozó szabályok, és azok mikor alkalmazandók?

A tisztességtelen szerződési feltételekről szóló 93/13/EGK irányelv előírja, hogy a fogyasztói szerződésben szereplő feltételeknek bizonyos követelményeknek kell megfelelniük, így különösen összhangban kell állniuk a jóhiszeműség elvével, és azok nem eredményezhetnek jelentős egyenlőtlenséget a szerződéses felek jogaiban és kötelezettségeiben a fogyasztó kárára.

Az irányelv minden fogyasztói szerződésre vonatkozik; nem alkalmazandó azonban minden szerződési feltételre. A kötelező vagy szabályozási rendelkezéseket, valamint uniós tagállamok vagy az EU által aláírt nemzetközi – például közlekedési – egyezmények rendelkezéseit és elveit felsoroló szerződési feltételek nem tartoznak a hatálya alá.

Ezeknek az uniós szabályoknak a hatálya kizárólag az **általános** szerződési feltételekre terjed ki, vagyis olyan szerződési feltételekre, amelyeket előre elkészítenek és amelynek a tartalmát a fogyasztóval egyedileg nem tárgyalták meg, illetve annak nem volt rá befolyása. Megjegyezzük azonban, hogy néhány tagállam kiterjesztette a tisztességes eljárásra vonatkozó uniós követelményeket az egyedileg megtárgyalt szerződési feltételekre is. Ezek a tagállamok: Ausztria, Belgium, Cseh Köztársaság, Dánia, Finnország, Franciaország, Luxemburg, Málta, Egyesült

Királyság.




A tisztességes eljárásra vonatkozó uniós követelmények nem alkalmazandók a fogyasztói szerződés fő tárgyára vonatkozó szerződési feltételekre, valamint az abban kikötött ár és díjazás megfelelőségére, feltéve, hogy ezeket a feltételeket egyszerű és érthető nyelven fogalmazták meg.

Felhívjuk a figyelmet, hogy néhány tagállam ezeket a tisztességes eljárásokra vonatkozó uniós követelmények alkalmazását kiterjesztette a vállalkozások közötti szerződésekre is. Ezek a tagállamok: Ausztria, Bulgária (az esetjog alapján), Horvátország, Cseh Köztársaság (de csak akkor, ha a vállalkozási törvény nem vonatkozik az üzleti

¹³ Lásd a szerződéskötést megelőző tájékoztatási kötelezettségről szóló modult.

tevékenységére), Dánia, Észtország, Franciaország, Németország, Görögország, Magyarország, Luxemburg, Hollandia, Lengyelország, Portugália, Szlovénia,

Svédország¹⁴. 

A tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó szabályok mindenhol ugyanazok a tagállamokban?

A tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozó uniós szabályok csak minimális védelmi követelményt tartalmaznak. A tagállamok szabadon elfogadhatnak további – a fogyasztóvédelem szintjét növelő, de sosem csökkentő – szabályokat. Ezért bár az irányadó elvek mindig megegyeznek, az országtól függően, ahol az termékeket kínálják, lehetnek hatályban specifikusabb szabályok is a tisztességtelen szerződési feltételekre vonatkozóan. Ez különösen azokra a nemzeti jogszabályokra vonatkozik, amelyek azon szerződési feltételek úgynevezett „fekete” vagy „szürke” listáját állapítják meg, amelyek mindig vagy rendszerint tisztességtelennek minősülnek. Az [Európai Bizottság honlapján](#)¹⁵ található információk azokról a tagállamokról, akik ilyen szabályokat elfogadtak. Ha tudni szeretné, hogy az egyes uniós országok hogyan ültették át a tisztességtelen szerződési feltételekről szóló irányelvet a nemzeti jogrendükbe, megtekintheti [az Európai Bizottság új fogyasztóvédelmi jogi adatbázisában](#)¹⁶.

Be kell tartani a többi ország fogyasztóvédelmi jogi normáit


Ha külföldön értékesíti termékeit vagy kínálja szolgáltatásait a fogyasztók részére, akkor tiszteletben kell tartania annak a tagállamnak a fogyasztóvédelmi jogi normáit, amelyben a fogyasztó él. Ezért ellenőriznie kell, hogy a fogyasztókkal kötendő szerződésai egyenként megfelelnek-e az egyes tagállamokban kötött fogyasztói szerződéseknek,

¹⁴ Lásd a Célravezetőségi vizsgálat fő jelentésének 372-374. oldalát http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840

¹⁵ http://ec.europa.eu/fogyasztok/fogyasztó_rights/rights-contracts/directive/notifications/index_en.htm

¹⁶ <https://e-justice.europa.eu/home.do?action=home&plang=hu>

amennyiben ezekben az országokban végzi üzleti tevékenységét. Ez különösen fontos akkor, amikor tisztességtelen szerződéses feltételek listájáról van szó. Ha az általános szerződési feltételek között jogválasztásra vonatkozó rendelkezés szerepel, amely az Ön országának jogát köti ki irányadó jognak a szerződést illetően, akkor Önnek tájékoztatnia kell a más tagállamban élő fogyasztókat arról, hogy ennek ellenére tiszteletben tartja a lakhelyük szerinti ország kötelező szabályai által garantált

jogokat¹⁷. 

Melyek a jóhiszeműség és a jelentős egyenlőség fogalmának elvei?

A jóhiszeműség elve megköveteli, hogy a szerződési feltételeknek olyannak kell lenniük, hogy abba a fogyasztó beleegyezett volna, ha azt egyedileg megtárgyalták volna. Ez azt jelenti, hogy a jóhiszeműség elve szerint Ön nem köthet ki olyan feltételt, amelyben arra kötelezi a fogyasztót, hogy az Ön által nyújtott edzőtermi szolgáltatásokat tíz éven keresztül vegye igénybe úgy, hogy közben a szerződést nem mondhatja fel. Ugyanez a helyzet olyan feltétel esetén, amely a választottbíráskodást írja elő a fogyasztói szerződéssel kapcsolatos jogviták rendezésének egyedüli módjaként.

Az általános tisztességességi kritérium fő eleme szerint a tisztességtelen szerződési feltételek **jelentős egyenlőtlenséget** idéznek elő a felek jogaiban és kötelezettségeiben a fogyasztó kárára. A **jelentős egyenlőtlenség** fogalma azt jelenti, hogy a kereskedő visszaél hatalmi helyzetével a fogyasztóval szemben – a kereskedő általában erősebb pozícióban van, mint a fogyasztó, mivel többet tud a szóban forgó termékekről és szolgáltatásokról.

Annak megállapítására, hogy egy feltétel vajon „jelentős egyenlőtlenséget” idéz-e elő a fogyasztó kárára, különösen azt kell figyelembe venni, hogy a nemzeti jog mely szabálya lenne alkalmazandó a felek között erre vonatkozó megállapodás hiányában. Annak ellenőrzése a cél, hogy vajon a szerződés a fogyasztót kedvezőtlenebb jogi

¹⁷ Hivatkozás a fogyasztási cikkek adásvételéről szóló modulban a határokon átnyúló értékesítésre vonatkozó részre

helyzetbe hozza-e mint, amilyenben a hatályban lévő nemzeti szabályozás szerint lenne.

Példaként lehet említeni azokat a szerződési feltételeket, amelyek felhatalmazzák a kereskedőt a szerződés indokolás nélküli megszüntetésére, miközben ugyanezt a lehetőséget a fogyasztó részére nem biztosítják. Egy másik példa, amikor a szerződési feltételek lehetővé teszik a kereskedő számára, hogy a még nem teljesített árukért/szolgáltatásokért a fogyasztó által kifizetett összegeket visszatarthassa abban az esetben, ha a kereskedő maga mondja fel a szerződést.

A kereskedő szándéka lényegtelen abból a szempontból, hogy a szerződési feltételek tisztességtelennek minősülnek-e vagy sem: nincs különbség abban a tekintetben, hogy szándékosan akarta-e kikötni a tisztességtelen szerződési feltételeket, vagy ez annak következménye, hogy az irányadó jogszabályokat gondatlanságból vagy hanyagságból nem tartotta be.

Hogyan kell a szerződési feltételeket megfogalmazni?

A fogyasztói szerződésben foglalt feltételeket egyszerű és érthető nyelven kell írásban megfogalmazni mind annak alakját, mind pedig tartalmát illetően.

A nagyon kicsi betűmérettel megírt szerződési feltételek az egyik példája annak, amikor azokat nem egyszerű és nem érthető nyelven fogalmazták meg.

Az Európai Bíróság ítélkezési gyakorlata szerint annak követelményét, miszerint a szerződési feltételeket „egyszerű és érthető nyelven kell megfogalmazni” nem lehet arra mérsékelni, hogy azok formailag és nyelvtanilag érthetőek legyenek. A jelen átláthatósági követelmény valójában azt jelenti, hogy a fogyasztót olyan helyzetbe kell hozni, hogy teljes mértékben megértse annak jogi és gazdasági következményeit, ha elfogad egy konkrét szerződési feltételt.

Azzal is tisztában kell lenni, hogy amennyiben a szerződési feltételek jelentése homályos, félreérthető vagy pontatlan,


akkor minden esetben az adott feltétel fogyasztó számára legkedvezőbb értelmezése érvényesül.

Ha például a szerződésekben olyan feltételt köt ki, amely szerint a fogyasztó fizetési határideje 15 nap, de azt nem tisztázza, hogy a határidő mikortól kezdődik, akkor a termék fogyasztónak történő tényleges leszállításának az időpontjában, nem pedig a szerződés megkötésének napján kezdődik ez a határidő.

Léteznek-e olyan feltételek, amelyek minden esetben tisztességtelenek?

A kérdésre adott válasz: attól függ. Az uniós jogszabályokban nem szerepel olyan lista, amely olyan szerződési feltételeket tartalmaz, amelyek mindig, minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek. Néhány tagállam azonban „feketelistát” vezetett be nemzeti jogszabályaiban azokról a feltételekről, amelyek minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek¹⁸.

Az alábbi tagállamok terjesztették ki a tisztességtelen eljárásokra vonatkozó ellenőrzést az egyedileg megtárgyalt szerződési feltételekre: Ausztria, Belgium, Cseh Köztársaság, Dánia, Finnország, Franciaország, Luxemburg, Málta, Egyesült Királyság. Ezért a biztonság kedvéért meg kell ismernie a tárgyra vonatkozó nemzeti jogszabályokat, valamint meg kell tudni, hogy melyek azok a lehetséges szerződési feltételek, amelyek minden esetben

tisztességtelennek minősülnek. 

Néhány tagállam például „fekete listára tette” azon szerződési feltételek alkalmazását, amelyek előírják, hogy jogvita esetén kizárólag annak az országnak az illetékes bíróságához lehet fordulni, ahol a kereskedő

székhelye van. 

¹⁸ http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332, A fogyasztóvédelmi és marketing jogszabályok célrevezetőségi vizsgálatának jelentése

Melyek azok a feltételek, amelyek valószínűleg tisztességtelenek?

A tisztességtelen szerződési feltételekről szóló 93/13/EGK irányelv számos olyan szerződési feltételt sorol fel, amelyek általában – de nem automatikusan – tisztességtelennek minősülnek. Megjegyezzük, hogy ez egy tájékoztató és nem kimerítő jellegű felsorolás.

A feltételek tisztességes mivoltát mindazonáltal eseti alapon kell megvizsgálni a tisztességesség általános vizsgálata során. A gyakorlatban azonban ezeket a feltételeket valószínűleg tisztességtelennek ítélik meg, ezért az a legjobb megoldás, ha egyszerűen elkerüljük azok alkalmazását.

A tájékoztató jellegű lista azokat az alább felsorolt szerződési feltételeket tartalmazza, amelyek tárgya vagy hatása az, hogy:

- a) kizárják vagy korlátozzák az eladó vagy szolgáltató jogi felelősségét a fogyasztó halála vagy testi sérülése esetén, amit az eladó vagy szolgáltató cselekedete vagy mulasztása idézett elő;

Példa: Olyan szerződési feltételek, amely korlátozzák a gyártó anyagi felelősségét az általa rendelkezésre bocsátott hibás termék által okozott halál vagy testi sérülés esetén szándékos cselekményekre vagy súlyos gondatlanság esetére, holott a jog objektív felelősséget ír elő (vagyis hanyagságtól vagy szándéktól független felelősség)[1].

- b) jogellenesen kizárják vagy korlátozzák a fogyasztó törvényes jogait az eladóval vagy szolgáltatóval, illetve más féllel szemben arra az esetre, ha az eladó vagy szolgáltató valamely szerződéses kötelezettségét egyáltalán nem vagy csak részben vagy hibásan teljesíti, ideértve a beszámítás lehetőségét is az eladót vagy szolgáltatót megillető tartozás kiegyenlítésére;

Példa: olyan feltétel, amely szerint a fogyasztó nem jogosult jogorvoslással élni (pl., javítás, csere) ha az általa vásárolt tűzhelyről kiderül, hogy hibás és emiatt használhatatlan.

- c) a fogyasztóra nézve kötelező a szerződés, míg az eladó vagy szolgáltató szerződési kötelezettségeinek teljesítése olyan feltételhez kötött, amelynek megvalósítása csak az eladó vagy szolgáltató szándékától függ;

Példa: olyan szerződés feltétel, amelynek alapján a kereskedő fenntartja magának a jogot, hogy a szerződést kizárólag akkor teljesítse, ha és amennyiben a kereskedő azt úgy kívánja.

- d) engedélyezik az eladó vagy szolgáltató számára a fogyasztó által megfizetett összegek megtartását olyan esetekre, amikor a fogyasztó úgy dönt, hogy nem köt szerződést vagy nem teljesíti a szerződési feltételeket; ugyanakkor nem teszik lehetővé a fogyasztó számára, hogy az eladótól vagy szolgáltatótól ugyanakkora összeget kapjon abban az esetben, ha a szerződést az eladó vagy a szolgáltató mondja fel;

Példa: olyan feltétel, amely alapján a körülményektől függetlenül az előre kifizetett jelentős összeget vagy előleget egyáltalán nem lehet visszatéríteni. Amikor azonban a fogyasztó indokolás nélkül eláll a szerződéstől és a kereskedőnek ebből kára származik, akkor a fogyasztó nem számíthat arra, hogy az előre kifizetett összegeket teljes mértékben visszatérítsék.

- e) a kötelezettségét nem teljesítő fogyasztótól aránytalanul magas összeg megfizetését követelik meg kártérítés címén;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a fogyasztó köteles nagyon magas raktározási költséget fizetni, ha a megállapodásban foglaltak szerint nem veszi át a szállítmányt.

- f) engedélyezik az eladó vagy szolgáltató számára, hogy saját belátása szerint felbontsa a szerződést, ugyanakkor ezt a lehetőséget nem biztosítják a fogyasztó számára, illetve engedélyezik az eladó vagy szolgáltató számára a még nem teljesített szolgáltatások ellenértékéért megfizetett összegek megtartását olyan esetekben, amikor az eladó vagy szolgáltató bontja fel a szerződést;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a fogyasztó semmilyen körülmények között nem bonthatja fel a szerződést, illetve azt csak a szolgáltató beleegyezésével teheti meg. E mögött a rendelkezés mögött az a logika húzódik meg, hogy a fogyasztóknak és a szolgáltatóknak egyenlő bánásmódban kell részesülniük a szerződés felmondására vagy felbontására vonatkozó jogaikat illetően.

- g) feljogosítják az eladót vagy szolgáltatót a határozatlan idejű szerződés felmondására ésszerű felmondási idő alkalmazása nélkül, kivéve az olyan eseteket, amikor ezt az eladó vagy szolgáltató komoly indokkal teszi;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a kereskedő fenntartja magának azt a jogot, hogy felmondás nélkül úgy szüntesse meg az internetszolgáltatási szerződést, hogy a fogyasztónak ne legyen elegendő ideje másik szolgáltatót találni mielőtt a szerződés megszűnik. Azokat a súlyos körülményeket kivéve, amelyek a kereskedőre és másokra nézve veszteség vagy kár valós veszélyével járnak, ha a szerződés akár még egy rövid ideig is hatályban marad (ha például csalásra derül fény), a kereskedő egyoldalú jogának kikötése a határozatlan idejű szerződések megszüntetésére általában tisztességtelennek minősül.

- h) a fogyasztó ellentétes tartalmú nyilatkozatának hiányában az eladó vagy szolgáltató automatikusan meghosszabbít egy határozott időre kötött szerződést, míg, ha a fogyasztó nem kívánja meghosszabbítani a szerződést, e szándékának kifejezésre juttatásához a szerződés lejáratához képest túlzottan korai határidőt szabnak meg;

Példa: olyan szerződési feltétel, amely szerint a fogyasztó a 2019. július 1-én lejárató szerződés automatikus meghosszabbítását 2019. február 1-ig mondhatja le. A feltétel még azt is tartalmazza, hogy a szerződés automatikusan meghosszabbodik, ha a fogyasztó ezt elmulasztja megtenni. Elvileg létezhetnek olyan szerződési feltételek, amelyek automatikusan meghosszabbítják a határozott idejű szerződést; ahhoz azonban, hogy a tisztességesség vizsgálatának megfeleljen, az adott feltételben ésszerű időt kell

biztosítani a fogyasztó részére annak érdekében, hogy kifejezhesse szándékát a szerződést meghosszabbítására; itt nem ez történik.

- i) a fogyasztót visszavonhatatlanul kötelezik olyan feltételek vonatkozásában, amelyek alapos megismerésére nem volt tényleges lehetősége a szerződés megkötése előtt;

Példa: olyan feltétel, amely egy másik dokumentumban szereplő feltételekre utal (amely nem elérhető a fogyasztó számára) és azt állítja, hogy a fogyasztót ezek a (másik) feltételek visszavonhatatlanul kötelezik.

- j) feljogosítják az eladót vagy szolgáltatót a szerződési feltételek egyoldalú megváltoztatására a szerződésben feltüntetett és érvényes indok nélkül;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a kereskedő fenntartja magának azt a jogot, hogy érvényes indok nélkül egyoldalúan megváltoztathassa a napilap előfizetési díját, amely magában a szerződésben már szerepel.

- k) feljogosítják az eladót vagy szolgáltatót, hogy a szállítandó áruk vagy nyújtandó szolgáltatások jellemzőit érvényes indok nélkül egyoldalúan megváltoztassa;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a kereskedő fenntartja magának a jogot, hogy az internetszolgáltatást a fogyasztó részére érvényes indok nélkül jelentősen alacsonyabb sebességen biztosítsa, mint amiben eredetileg megállapodtak.

- l) előírják, hogy az áruk vagy szolgáltatások árának meghatározása a szállítás időpontjában történik, vagy engedélyezik az áru eladójának vagy a szolgáltatás nyújtójának, hogy egyoldalúan megemlje az árakat, mindkét esetben anélkül, hogy ennek megfelelő jogot biztosítanak a fogyasztó számára a szerződés felmondására abban az esetben, ha a megemelt ár lényegesen magasabb annál, mint amiben a szerződés megkötésekor megállapodtak;

Példa: olyan feltétel, amely egyedül a kereskedőre bízta, hogy duplájára emelje a tornabérlet havi díját miután a fogyasztó aláírt egy egyéves szerződést, mindezt úgy, hogy a fogyasztónak nem adták meg azt a jogot, hogy felbonthassa a szerződést.

- m) megadják a jogot az eladó vagy szolgáltató számára annak megállapítására, hogy az áruk vagy szolgáltatások megfelelnek-e a szerződésnek, illetve megadják azt a kizárólagos jogot, hogy a szerződés bármely feltételét az eladó vagy a szolgáltató értelmezze;

Példa: olyan feltétel, amely lehetővé teszi a kereskedő számára, hogy maga dönthesse el azt, vajon felelős-e annak a hűtőszekrénynek a működéséért, amelyet ő adott el a fogyasztónak.

- n) korlátozzák az eladó vagy szolgáltató felelősségét a nevében eljáró képviselők által vállalt kötelezettségek vonatkozásában, illetve az eladó vagy szolgáltató kötelezettségeinek teljesítését sajátos alakiságoknak rendelik alá;

Példa: olyan szerződési feltételek, amelyek szerint az eladó nem felel a képviselői által értékesített kereskedelmi jótállásokért.

- o) kötelezik a fogyasztót kötelezettségei teljesítésére akkor is, amikor az eladó vagy szolgáltató nem teljesíti saját kötelezettségeit;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a fogyasztó köteles tovább fizetni akkor is, ha a vonatkozó árukat vagy szolgáltatásokat a megállapodás ellenére sem kapja meg.

- p) az eladó vagy szolgáltató számára biztosítják a jogot szerződéses jogai és kötelezettségei átruházására, ha ez a fogyasztó hozzájárulása nélkül csökkentheti a fogyasztó számára nyújtott garanciákat;

Példa: olyan feltétel, amelynek alapján a kereskedő fenntartja magának azt a jogot, hogy üzleti tevékenységét egy másik kereskedőre ruházza, amely

lehetővé teszi a másik kereskedő számára, hogy csökkentse a fogyasztónak a megvásárolt termék után eredetileg biztosított kereskedelmi jótállás időtartamát (pl., 5 évről 3 évre).

- q) kizárják vagy gátolják a fogyasztó jogainak érvényesítését peres eljárás kezdeményezése vonatkozásában, vagy más jogorvoslati lehetőség igénybevitelében, különösen arra kötelezve a fogyasztót, hogy csak jogszabályi rendelkezések által nem kötött döntőbíróshoz fordulhat, jogtalanul korlátozva a rendelkezésre álló bizonyítékokat, vagy olyan bizonyítási terhet róva a fogyasztóra, amelyet az alkalmazandó jog értelmében rendszeren a másik szerződő félnek kellene viselnie;



Példa: olyan feltétel, amely szerint a fogyasztó köteles választottbíróshoz fordulni a jogvita rendezése érdekében (például: „Panasz esetén a fogyasztó köteles az ügygel először a szerződésben megjelölt választottbíróshoz fordulni, és csak utána jogosult bíróság előtt pert indítani.”).

A kötelező közvetítési kikötés (például: „*Panasz esetén a fogyasztó köteles az ügygel először az ABC által működtett mediációs rendszerhez fordulni*”) hasonlóképpen tisztességtelennek minősülhet. A mediációs rendszereket továbbra is önkéntes alapon lehet igénybe venni, és a fogyasztónak (valamint a kereskedőnek) legyen szabad választása annak eldöntésére, hogy közvetítést kíván-e igénybe venni vagy sem.

A fogyasztókat nem szabad továbbá meggátolni abban, hogy jogi eljárásokat kezdeményezzenek a helyi bíróságok előtt. Ilyen például, ha a fogyasztó Rómában él, a kereskedő székhelye pedig Athénben van: *“A jelen szerződésből származó jogviták rendezésére kizárólag az athéni bíróságoknak van hatásköre”*. Hasonlóképpen nem lehet olyan szerződési feltételeket kikötni, amelyek megfordítják a bizonyítási terhet.

Melyek a tisztességtelen szerződési feltételek jogi következményei?

A tisztességtelennek minősített szerződési feltételek nem kötelezik a fogyasztót, és azokat a bíróság semmisnek nyilvánítja. A tisztességtelen szerződési feltételeket tartalmazó fogyasztói szerződés továbbra is köti a feleket, amennyiben az a tisztességtelennek minősült feltételek nélkül is hatályban maradhat. Ha például jogvita esetén az illetékes bíróság helyett megállapító szerződési feltételeket tisztességtelennek nyilvánítják, ez általában nem érinti a szerződés egészének az érvényességét, ezért a fennmaradó rendelkezések a tisztességtelen feltétel nélkül továbbra is hatályban maradnak.

Ha a fogyasztói szerződés egy tisztességtelennek ítélt bizonyos feltétel nélkül nem maradhat hatályban, a jogkövetkezményeket (pl., hogy az egyes felek kötelesek visszajuttatni mindent, amit a szerződés alapján kaptak) a tagállamok nemzeti jogszabályai határozzák meg.  A tisztességtelen szerződési feltételek megszegéséért járó egyéb szankciók – mint például a pénzbüntetések – különböznek az egyes tagállamokban. 

Határokon átnyúló értékesítés: mi történik akkor, ha a termékeimet vagy a szolgáltatásaimat külföldön élő fogyasztóknak kínálom?

Az alábbiakban található némi információ azokról a konkrét szabályokról, amelyek akkor alkalmazandók, ha Ön proaktív módon éri el a más országokban élő fogyasztókat.

Ezek a rendelkezések akkor lényegesek, ha figyelembe vesszük, hogy a fogyasztókat védő nemzeti jogszabályok eltérőek lehetnek, mint például a tisztességtelen szerződési feltételek esetében. A teljes

egészében harmonizált ügyek esetében, mint amilyen például a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok, ezek az elemek kisebb fontossággal bírnak.

Megjegyezzük azonban, hogy a határokon átnyúló jogviták esetében külön rendelkezések alkalmazandók minden területen. Kérjük, hogy gondosan olvassa el az alábbi bekezdést.

A többi tagállamban élő fogyasztóknak történő értékesítések különleges kezelése

Az uniós jog szerint¹⁹ ha Ön üzleti tevékenységével más uniós tagállamban élő fogyasztókat céloz meg, akkor annak az országnak a joga az irányadó a külföldi fogyasztóval kötött szerződésre, amelyben a fogyasztó él. Ha mindkét fél más joghatóságot választott, ez a választás nem foszthatja meg a külföldi fogyasztót attól a védelemtől, amelyet a lakóhelye szerinti ország kötelező rendelkezései biztosítanak.

Ezért ha például és a 3. modulban bemutatottak szerint az Ön honlapja olyan tagállamban élő fogyasztókat céloz meg, ahol szabadon lehet megválasztani a jogorvoslati lehetőségeket a fogyasztási cikkek adásvételéről és garanciákról szóló irányelv 3. cikke alapján, akkor szerződésszegés esetén Önnek lehetővé kell tennie az ügyfele számára, hogy választhasson a termék megjavítása, annak cseréje, árcsökkentés vagy az ár teljes visszatérítése között, kivéve, ha ezeknek a választási lehetőségeknek valamelyike ténylegesen lehetetlen vagy aránytalanul nagy nehézséggel járna Önre nézve. Általánosabban véve, amikor Ön az áruit vagy szolgáltatásait más tagállamban reklámozza, akkor tiszteletben kell tartania a célba vett országok fogyasztóvédelmi normáit.

Mikor tekintik Önt olyan kereskedőnek, aki külföldi fogyasztóknak kíván eladni?

Az Európai Bíróság számos nem kimerítő jellegű kritériumot fogalmazott meg annak megállapítására, amikor egy kereskedő marketing tevékenysége egy konkrét tagállamra „irányul”. Ezen kritériumok közé tartozik például az Ön vállalatának letelepedés helye

¹⁹ Vagyis az úgynevezett „Róma I” 593/2008 irányelv.

szerinti tagállamban általában használt nyelvtől vagy pénznemtől eltérő nyelv vagy pénznem használata, telefonszámok előhívószáma nemzetközi ország-hívóköddel, olyan legfelső szintű domain-név használata, amely eltér attól, amelyet az Ön vállalatának letelepedés helye szerinti tagállamban használnak²⁰.

Ha azonban az Ön tevékenysége nem más uniós országba irányul, és egy másik tagállamban élő fogyasztó saját kezdeményezéséből megkeresi Önt, akkor az Ön országának a joga az irányadó.

Mit jelent ez az Ön számára a gyakorlatban?

Melyik jog alkalmazandó a határokon átnyúló szerződésekre?

Első látásra bonyolultnak tűnhet egy kiskereskedő számára egy másik joghatóságból származó, más országban élő ügyfelekre irányadó jogszabályok betartása. Ez hátráltathat néhány kereskedőt abban, hogy áruikat vagy szolgáltatásait a határokon túl is kínálja. A gyakorlatban azonban:

1. Az uniós szabályozás a „fogyasztóvédelmi jogból felkészültnek lenni” elnevezésű modulokban leírtak szerint jelentős számban tartalmaz harmonizált fogyasztóvédelmi rendelkezéseket. Ezek a szabályok az EU egész területén alkalmazandók.
2. Bár néhány alapfogalmat illetően még maradtak eltérések a tagállamok között, ez még sem jelenti azt, hogy a szerződést nem lehet megkötni a fogyasztóval saját jogának alkalmazásával: a fentiekben írtak szerint meg lehet állapodni a fogyasztóval abban, hogy más jogot alkalmazzanak, mely esetben Önnek kizárólag annak az államnak a kötelező fogyasztóvédelmi rendelkezéseit kell betartania, ahol a fogyasztó él.
3. A gyakorlatban kizárólag a másik államban kötelező fogyasztóvédelmi szabályok az alkalmazandók, ha azok rendelkezései nagyobb védelmet nyújtanak, mint az Ön jogrendszere vagy az a jog, amelynek alkalmazásában a fogyasztóval megállapodtak. Ilyen eset lehet például,

amikor a fogyasztó joghatóságában a kellékszavatossági időszak hosszabb, mint az Ön országának joga szerint.

4. A fogyasztóvédelmi jogból felkészültnek lenni elnevezésű képzési moduloknak is köszönhetően előre tudható, hogy milyen további követelmények alkalmazhatók olyan másik tagállamban, ahová tervei szerint üzleti tevékenysége irányul majd.
5. Az irányadó jog kérdése gyakran csak akkor merül fel, ha abban nincs egyetértés a fogyasztóval. Sok félreértés oldható meg békés úton vagy a belső panasztételi szolgáltatás igénybevételével.

Határokon átnyúló szerződéssel kapcsolatos jogvita esetén melyik bíróság az illetékes?

Ha termékeit vagy szolgáltatásait más uniós országokban élő fogyasztóknak kínálja, és jogvita alakul ki az egyik külföldi ügyféllel, akkor figyelni kell arra, hogy az ilyen jogvita eldöntésére illetékes bíróság az uniós jog, vagyis az úgynevezett „Brüsszel I” rendelet szerint, mindig annak az országnak a bírósága, ahol a fogyasztó él. Nem perelheti be a fogyasztót egy másik ország bírósága előtt, és ha Ön ezt az opciót köti ki a szerződési feltételek között, akkor komoly büntetésre számíthat. A fogyasztónak ezzel szemben megvan a lehetősége arra, hogy Önt a saját országának bírósága előtt is beperelje. A határokon átnyúló ügyekben a jogviták könnyebb rendezése érdekében az EU egy online vitarendezési (ODR) platformot hozott létre, amely lehetővé teszi a különböző tagállamok alternatív vitarendezési rendszerei közötti kapcsolattartást²¹.

Példa: ha Ön egy Lille-i székhelyű francia kereskedő és termékeit belga fogyasztóknak értékesíti, nem kötheti ki feltételei között azt, hogy jogvita esetén csak a Lille-i bíróságok az illetékesek annak rendezésére.

²⁰ További információért lásd a C 585/08 és C 144/09 egyesített eseteket, Peter Pammer és Hotel Alpenhof GesmbH

²¹ Lásd a jelen kézikönyv 5. modulját

Mellékletek

Ellenőrzőlista a kereskedő számára

1. Ön alkalmaz általános szerződési feltételeket?
2. Az Ön által alkalmazott szerződési feltételek valóban nem szerepelnek a potenciálisan/mindig tisztességtelen szerződési feltételek listáján?
3. A szerződési feltételek könnyen olvashatóak és érthető nyelven íródtak?
4. A szerződési feltételek nem idéznek elő jelentős egyenlőtlenséget az Ön jogai és kötelezettségei, valamint a fogyasztó jogai és kötelezettségei között a fogyasztó kárára?

Az Európai Bizottság iránymutatásokat tartalmazó dokumentumot ad ki a fogyasztói szerződésekben szereplő tisztességtelen feltételekre vonatkozó szabályokról az Európai Bíróság, a nemzeti bíróságok és a nemzeti hatóságok értelmezése alapján. Az Európai Bizottság honlapján lesz elérhető.

FELELŐSSÉGET KIZÁRÓ NYILATKOZAT:

A jelen dokumentum az Európai Bizottság számára készült, azonban kizárólag a szerzők véleményét tükrözi. Sem a Bizottság, sem pedig a szerzők nem vonhatók felelősségre a jelen dokumentumban foglalt információk felhasználásáért.

A jelen dokumentum jogilag senkit nem kötelez, és nem minősül az európai uniós vagy nemzeti jog hivatalos értelmezésének, illetve nem szolgál sem átfogó, sem pedig teljes körű jogi tanácsadásként. A jelen dokumentumnak nem célja, hogy konkrét kérdésekben jogi szaktanácsadást nyújtson. Az olvasóknak azt is szem előtt kell tartaniuk, hogy mind európai uniós, mind pedig nemzeti szinten jelenleg jogalkotási javaslatokról tárgyalnak, ezért a modulok papíralapú változatát össze kell vetni a www.fogyasztolawready.eu honlapon található, esetlegesen aktualizált változatokkal.

Consumer Law
→ **READY**

Consumer Law Training for European SMEs

consumerlawready.eu

