

INFORMATION IN COMMERCIAL PRACTICES ACCORDING TO THE HUNGARIAN LAW

PÉTER JÁRMAI

University of Miskolc, Faculty of Law, Hungary

Abstract in original language:

Ebben a tanulmányban arra vállalkoztam, hogy a magyar jogban, a kereskedelmi gyakorlatot érintő szabályozásban meglévő tájékoztatási követelményeket tárjam fel és mutassam be, emellett rámutassak az esetleges hiányosságokra, vitatott kérdésekre, illetve felvillantsam a lehetséges új irányvonalakat. Kitértem a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról, a gazdasági reklámtevékenységről, a kereskedelemről, a fogyasztóvédelemről, a versenyről szóló törvényekre és az ezekhez kapcsolódó egyéb tájékoztatási szabályokra, illetve az új közösségi jogi irányvonalakat is röviden bemutattam.

Key words in original language:

Kereskedelmi gyakorlatok, fogyasztó, fogyasztóvédelem.

Abstract:

In this contribution I would like to reveal and collect the main provisions on information concerning the commercial practices, and I want to highlight the lacks, the disputed fields and to point out the new challenges. I presented the main rules of the act on unfair commercial practices, business advertising, consumer protection, competition and the concerning other provisions on information, and the new challenges in the European law.

Key words:

Commercial practices; consumer; consumer protection.

1. BEVEZETÉS

Ebben a tanulmányban arra vállalkoztam, hogy a magyar jogban, a kereskedelmi gyakorlatot érintő szabályozásban meglévő tájékoztatási követelményeket tárjam fel és mutassam be, emellett rámutassak az esetleges hiányosságokra, vitatott kérdésekre, illetve felvillantsam a lehetséges új irányvonalakat.

Tanulmányomban az alábbi törvények szabályozását szeretném röviden bemutatni a tájékoztatási követelmények szempontjából:

- a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról – fogyasztók felé irányuló általános tájékoztatási követelmények,
- reklámtörvény – vállalkozások közötti relációban felmerülő megtévesztő tájékoztatás, illetve általános hatályú reklámtilalmak és –korlátozások,
- kereskedelmi szabályozás – vásárlók felé irányuló tájékoztatás, főként a kereskedelmi tevékenység gyakorlásával kapcsolatosan,
- fogyasztóvédelmi törvény – fogyasztók felé irányuló speciális tájékoztatási követelmények,

- versenytörvény – üzlettárs megtévesztése keretében felmerülő tájékoztatás, amely nem minősül a reklámtörvény szerinti reklámnak.

2. TISZTESSÉGTELEN KERESKEDELMI GYAKORLATOK TILALMÁRÓL

A belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK irányelvet (a továbbiakban: 2005/29/EK irányelv) a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) ültette át.

Az irányelv és a törvény célja a fogyasztók érdekeinek védelme, a tisztességes piaci magatartás előmozdítása, s hatékony jogi eszközök a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal szemben. A szabályozás főként a tájékoztatási követelményekre ír elő szabályozást.

A törvény az irányelvnek megfelelően maximum harmonizációt valósít meg az irányelv rendelkezéseivel.

A törvénnyel egyidejűleg 21 ágazati törvény is módosult, megteremtve ezzel az irányelvvel való teljes összhangot.

Az elfogadott új törvény fő elemei a következők:

- A törvény hatálya a Magyar Köztársaság területén a fogyasztókat érintő minden kereskedelmi gyakorlatra kiterjed, kivéve a szerződésekkel kapcsolatos polgári jogi igényeket, a szellemi alkotásokhoz fűződő jogokat, továbbá a nemesfém tárgyak tanúsítását és jelzését.
- A törvény elismeri és fontosnak tartja a szakmai önszabályozást, a magatartási kódexek kialakítását, betartását.
- A törvény rögzíti az irányelv előírásának megfelelően a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat általános tilalmát, meghatározva a tisztességtelenség kritériumait. Kereskedelmi gyakorlat, a vállalkozásnak az áruk fogyasztók részére történő értékesítésével kapcsolatos magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja. Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amelynek során nem az elvárható szakismerettel, gondossággal járnak el, amely rontja a fogyasztó lehetőségét a megfelelő és szakszerű tájékoztatáshoz, vagy amely megtévesztő.
- A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat átfogó tilalmán belül önállóan is szabályozza a tisztességtelenség legjellemzőbb előfordulási eseteinek – a megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak és az agresszív kereskedelmi gyakorlatnak – a tilalmát.
- Végül a szabályozás harmadik szintjén egy ún. feketelistában kiemel bizonyos tényállásokat, amelyeket – súlyosságuknál vagy valamilyen sajátos oknál fogva – a körülmények további mérlegelése nélkül feltétlenül tisztességtelennek nyilvánít.

Fontos eleme a törvénynek, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során számít a fogyasztó magatartása is, vagyis a fogyasztónak ésszerűen tájékozottnak, s elvárhatóan körültekintőnek kell lennie. Ugyanakkor a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem használhatja ki a fogyasztók egyes csoportjainak a kiszolgáltatottságát (pl. betegek, gyermekek, idősek, stb.)

A megtévesztő kereskedelmi gyakorlatról külön rendelkezik a törvény, amely szerint megtévesztésnek minősül többek között a valótlan vagy más módon megtévesztő fogyasztói információ, tájékoztatás, amely az áru lényeges jellemzőire, származására, eredetére, előállítására, beszerezhetőségére, alkalmasságára, veszélyességére, környezeti és egészségügyi hatásaira, árára, az áruhoz kapcsolódó szolgáltatásra, panaszkezelésre vonatkozik.

Agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely pszichés, vagy fizikai nyomással korlátozza a fogyasztó szabadságát, vagy vásárlásra kényszeríti, illetve jogellenes cselekménnyel fenyegeti.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért az a vállalkozás felel, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése (reklám) érdekében áll. E vállalkozásnak ez a felelőssége akkor is fennáll, ha szerződés alapján a kereskedelmi gyakorlatot más személy valósítja meg. A törvény szankcionálja a törvényben foglaltak megsértését. A törvény előírásainak megsértőivel szemben alapvetően a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, két kivétellel.

- A Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF) jár el akkor, ha a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója pénzügyi jellegű tevékenység, s tevékenységét egyébként az erre vonatkozó törvény alapján a PSZÁF felügyeli.

- A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) jár el, ha kereskedelmi gyakorlat a verseny érdemi befolyásolására alkalmas, kivéve, ha a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kizárólag a terméken, annak csomagolásán, vagy címkéjén jelenik meg.

A verseny érintettségét a kiterjedtségre, a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, a vállalkozás árbevételére tekintettel kell megállapítani.

Minden egyéb feltétel nélkül is fennáll a verseny érintettsége, ha a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatón, országos terjesztésű lapban valósul meg, továbbá ha a direkt marketing tevékenység, vagy eladási helyi eladásösztönző gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy ott megszervezésre kerül.

A törvény kötelezi a hatóságokat az együttműködésre, ugyanakkor a hatóságok a rájuk vonatkozó jogszabályok alapján folytatják le eljárásaikat, s szabják ki a megfelelő bírságot, alkalmaznak szankciókat.

3. REKLÁMSZABÁLYOZÁS

2008. szeptember 1-jétől új reklámtörvény váltotta fel a korábbi, 1997. évi LVIII. törvényt.

Az új törvény megalkotását indokolta egyrészt az, hogy a fogyasztókkal kapcsolatos megtévesztő reklám szabályozása a 2005/29/EK irányelvnek megfelelően a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben (Fttv.) kerülnek szabályozásra, illetve a 2006/114/EK irányelv rendelkezései is átültetésre kerültek a törvényben, másrészt a tíz éve hatályban lévő törvény jogalkalmazási tapasztalatait is figyelembe kellett venni az egyes szabályozási elemek kialakításánál.

Az Fttv. Megalkotásra tekintettel elhagyásra kerültek a reklámtörvényből azokra a tájékoztatási követelményekre vonatkozó szabályok, amelyek a tisztességtelen kereskedelmi

gyakorlatok fogalma alá besorolhatóak. A megtévesztő reklám is csak a vállalkozások vállalkozások közötti relációban maradt benne a reklámtörvényben tekintettel arra, hogy a fogyasztók felé irányuló megtévesztő reklámok az Fttv. fogalomrendszerében megtévesztő kereskedelmi gyakorlatoknak minősülnek. A reklámtörvényben ugyanakkor belekerült a törvénybe a direkt marketing általános szabályozása, illetve a törvény továbbra is szabályozza az egyes reklámtilalmakat és -korlátozásokat.

Az új reklámtörvény fő elemei a következők, különösen a tájékoztatásra vonatkozó követelmények szempontjából:

- A törvény meghatározza a reklám közzétételének feltételeit, amelynek lényege, hogy meg kell adni a közzétevő cégnevét, adószámát, címét, továbbá nyilatkozni kell arról, hogy a reklámban szereplő termékre az előírt megfelelő vizsgálatokat elvégezték-e. Amennyiben ez nem történt meg, a reklám nem tehető közzé. Az adatokról és a nyilatkozatokról a reklámszolgáltatónak nyilvántartást kell vezetni, s azt öt évig meg kell őrizni.

- Szabályozza a direkt marketing tevékenységgel kapcsolatos reklámot, amelynek lényege, hogy csak a reklám címzettjének előzetes hozzájárulásával lehet közvetlenül megkeresni a címzettet, elektronikus levelezés, vagy egyéni kommunikációs eszköz esetében. A hozzájáruló nyilatkozat bármikor indokolás nélkül visszavonható. A hozzájáruló nyilatkozatokról a reklám szolgáltatónak illetve közzétevőnek nyilvántartást kell vezetnie, s harmadik személynek csak a nyilatkozatot tevő előzetes hozzájárulásával adhatja ki az adatokat.

- Postai küldeményekhez nem szükséges az előzetes hozzájárulás, ugyanakkor a reklám címzettje bármikor ingyenesen és korlátozás nélkül megtilthatja, hogy a továbbiakban ilyen küldeményeket kapjon. Erről a lehetőségről, s annak módjáról, helyéről a reklám címzettjét tájékoztatni kell.

- A törvény reklámtilalmakat és -korlátozásokat is meghatároz.

A reklámtilalmak a következők. Tilos:

- az erőszakra, közbiztonság veszélyeztetésére
- a környezetet és a természetet károsító magatartásra ösztönző reklám,
- a gyermek- és fiatalkorúak fizikai, szellemi, érzelmi, vagy erkölcsi fejlődését károsító reklám,
- a gyermek- és fiatalkorút veszélyes, erőszakos, vagy szexualitást hangsúlyozó reklámban bemutatni,
- óvodában, általános iskolában, általános iskolai kollégiumban a reklámtevékenység, kivéve, ha az egészséggel, környezetvédelemmel, kultúrával, vagy oktatással kapcsolatos,
- tilos a szeméremsértő pornográf reklám, valamint a szexuális szolgáltatás és a szexuális ingerkeltésre alkalmas eszközök reklámja,
- olyan áru reklámja, amelynek forgalmazása jogszabályba ütközik,

- a tudatosan nem észlelhető reklám, valamint
- a megtévesztő reklám, továbbá
- a veszélyes eb, állatviadal,
- az emberi szerv és szövet felhasználásnak,
- a terhesség-megszakítás, az ezt végző intézmény, valamint az arra alkalmas eszköz és eljárás reklámja, továbbá
- a gyermek- és fiatalkorúak szerencsejátékban való részvételére felszólító reklám.

A reklámkorlátozások a következők:

- Az összehasonlító reklám nem sértheti más vállalkozás áruját, árujelzőjét, vagy jó hírnevét, és nem vezethet ebből adódó előnyszerzéshez, megtévesztéshez, továbbá csak azonos rendeltetésű árut hasonlíthat össze, tárgyilagosságnak kell lennie, mind a jellemzők, mind az árak tekintetében.
- Tilos a fegyver, lőszer, robbanóanyag és közbiztonságra veszélyes termékek reklámja, kivéve a szakmai célú, a szaküzletben elhelyezett reklámokat.
- Tilos az alkoholtartalmú ital olyan reklámja, amely gyermek- és fiatalkorúaknak szól, vagy ilyen korosztályt mutat be, az alkoholfogyasztás mértéktelenségére ösztönöz, az alkoholfogyasztást fizikai teljesítménnyel, vagy a járművezetéssel kapcsolja össze, az alkohol pozitív tulajdonságait hangsúlyozza. Tilos továbbá az alkoholtartalmú ital reklámja sajtótermék első borítójának külső oldalán, színházban, moziban 20 óra, vagy gyermek- és fiatalkorúak számára készült műsorszámok előtt, játékon, továbbá közoktatási és egészségügyi intézményben, illetve ezek kétszáz méteres távolságán belül.
- Tilos a dohánytermékek közvetlen és közvetett reklámja, kivéve a szakmai célú reklámot, az olyan sajtóterméket, amelyet nem az EGT államok területén nyomtattak és nem arra szánták, hogy az EGT területén hozzák forgalomba, továbbá az üzletben elkülönített helyen lévő reklámra, amely azonban csak a dohányáru megnevezését és árát tartalmazhatja, s nem haladhatja meg üzletenként az A/1 méretet. Ennek is tartalmaznia kell azonban a felület 30 %-ában az egészségügyi figyelmeztetéseket. Az üzletben elhelyezett reklám sem szólhat fiatalkorúaknak és gyermekeknek, nem hívhat fel túlzott dohányfogyasztásra, nem ábrázolhat dohányzó személyt, kép-vagy szaghatást.
- Külön szabályozza a törvény a dohánytermékekre vonatkozó szponzorálását, amely szerint nem nyújtható szponzorálás olyan rendezvényhez, amely az EGT több államát érinti, határokon átnyúló hatással rendelkezik, sport, kulturális vagy egészségügyi rendezvényhez, valamint politikai pártok rendezvényeihez.
- Tilos a temetkezési szolgáltatás reklámja egészségügyi intézmény területén, épületének és kerítésének falán, kivéve az információs irodában elhelyezett, kizárólag a szolgáltató elérhetőségét tartalmazó tájékoztatót, valamint a temető területén, az erre a célra kijelölt hely kivételével.

A törvényben foglaltak megsértéséért a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzetevője is felelős. A reklám közzetevője azonban mentesül a felelősség alól, ha eleget tesz az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló törvény (Ektv) feltételeinek, továbbá ha a reklám tartalmát nem ismerte, vagy nem ismerhette, valamint a címzetlen küldemények esetében.

A gazdasági reklámtevékenységre, valamint a szponzorálásra vonatkozó rendelkezések megsértése esetén általában a fogyasztóvédelmi hatóság jár el, s a fogyasztóvédelemről szóló törvényben meghatározott bírságot szabhatja ki. Kivétel ez alól:

- a vállalkozók közötti relációban a megtévesztő reklámra, illetve a bíróság hatáskörébe nem tartozó összehasonlító reklámra, valamint az e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző magatartási kódexre vonatkozó rendelkezések megsértése esetén a Gazdasági Versenyhivatal jár el, a versenyfelügyeleti eljárás szabályai szerint,
- a személyhez fűződő és a szerzői joghoz kapcsolódó jogsértést megvalósító összehasonlító reklámra és az ezzel összefüggő magatartási kódexre vonatkozó jogsértés esetén a bíróság jár el, továbbá
- a direkt marketing szabályozásra vonatkozó rendelkezések, valamint az elektronikus hírközlés útján megvalósuló reklám megsértése esetén a Nemzeti Hírközlési Hatóság jár el, az elektronikus hírközlési törvény rendelkezései szerint.

A fentiekén túl fontos megemlíteni a tájékoztatással kapcsolatos alkotmánybíróági döntést, amelyben a dohányreklámozással kapcsolatosan az Alkotmánybíróság megvizsgálta a tájékoztatáshoz való jog és az egyéb alkotmányos szempontok érvényesülését és ezen jogokat, érdekeket ütköztette

Az Alkotmánybíróság a 37/2000. (X. 31.) AB határozatában megvizsgálta az Alkotmányban rögzített egészséges környezethez való jog, valamint a lehető legmagasabb szintű testi és lelki egészséghez való jog és a véleménynyilvánítás, továbbá a vállalkozás szabadságának összefüggéseit a dohányárúk reklámjának teljes tilalmával összefüggésben.

Az Alkotmánybíróság a vizsgálata alapján megállapította, hogy „az állam a dohányárúk reklámjának szabályozásakor eleget tett az Alkotmány 54. § (1) bekezdéséből és 70/D. § (1) bekezdéséből következő intézményes élet- és egészségvédelmi köteletségének, és teljesítette az Alkotmány 67. § (1) bekezdésén alapuló kötelezettségét a gyermekek megfelelő testi és szellemi fejlődésének védelmére. Ebből következik, hogy az Alkotmányból nem vezethető le a dohányárúk reklámjának teljes tilalma. Mindez nem zárja ki azt, hogy a jogalkotó további korlátozásokat fogalmazzon meg, amennyiben azokra szükség van az állampolgárok megfelelő tájékoztatása, továbbá életének, egészségének védelme érdekében. Ugyanakkor az Alkotmánybíróság hangsúlyozza, hogy a dohánytermékek reklámját érintő tilalmak és korlátozások akkor felelnek meg az Alkotmány 61. §-a által támasztott követelményeknek, ha azokat az állampolgárok életének, egészségének védelme, illetve a gyermekek megfelelő testi és szellemi fejlődésének védelme kellően indokolja.”

Tehát az Alkotmánybíróság szerint a dohányreklám esetében nem következik az az Alkotmány rendelkezéseiből, hogy a dohányreklámot teljes mértékben tilalmazni kell. Persze

a tájékoztatási jog korlátozható a vonatkozó alkotmányos elvek alapján vagy olyan tájékoztatás is előírható, amely elősegíti az élethez, egészséghez való jog fokozottabb érvényesülését.

4. KERESKEDELMI SZABÁLYOZÁS

A kereskedelmi szabályozásban megjelenő tájékoztatási kötelezettségek a 2005/29/EK irányelv átültetését követően jelentősen lecsökkentek, miután egyrészt a kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos általános tájékoztatási követelményeket a fentiek szerint a 2005/29/EK irányelvet átültető Fttv. tartalmazza, másrészt a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvényben kerültek meghatározásra a fogyasztókat érintő panaszkezelés szabályai, amely panaszok az áru fogyasztók részére történő forgalmazásával, illetve értékesítésével közvetlen kapcsolatban álló magatartására, tevékenységére vagy mulasztására vonatkozhatnak.

A kereskedelmi szabályozásban így csak azok a tájékoztatási szabályok maradtak meg, amelyek nem a fogyasztó felé irányulnak, vagy olyan előírásokat mondanak ki, amelyek a kereskedelemmel kapcsolatos, indokolt tájékoztatási kötelezettségeket tartalmaznak, és amelyeknek csak közvetetten van fogyasztóvédelmi vetülete.

Ilyen például a kereskedelemről szóló 2005. évi CLV. törvényben (Kertv.) az üzlet nélkül folytatott kereskedelmi tevékenység, amikor a kereskedő köteles tájékoztatni a vásárlót a székhelyéről, a panaszügyintézés helyéről, illetve az adott tevékenység, kereskedelmi forma vagy módszer sajátosságaihoz igazodó módjáról. Emellett a kereskedelmi és fizető-vendéglátó szálláshely osztályáról, illetve a falusi szálláshely minősítéséről is tájékoztatni kell a vendégeket.

Ezekben a szabályokban a Kertv. tudatosan nem említ fogyasztót, miután ezek a szabályok nem csak az Fgytv. szerinti fogyasztóra terjednek ki, illetve a tájékoztatás szükségessége nem a tájékoztatott fogyasztói minőségéhez kapcsolódik.

A Kertv. a kereskedelmi szabályozás keretében előírja, hogy az üzletek nyitvatartási idejéről és az abban bekövetkező változásokról a vásárlókat tájékoztatnia kell a kereskedőnek.

A Kertv. ugyanakkor előírja, hogy ezen tájékoztatási kötelezettségek megsértése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el az Fgytv. alapján, és ezek a rendelkezések fogyasztóvédelmi rendelkezések. Ennek kimondására azért van szükség, mert az Fgytv. rögzíti, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi a külön jogszabályban megjelölt fogyasztóvédelmi rendelkezések betartását.

A Kertv. végrehajtási jogszabálya alapján a kereskedő többek között arról kell tájékoztatást adjon az üzlet megszüntetése esetén, a megszüntetést megelőző legalább egy hónappal korábban az üzlet tervezett megszüntetésének időpontjáról. A csomagküldő kereskedő a rendelet előírásai szerint köteles tájékoztatni a termékhez, amelyen a legfontosabb adatait, így pl. cégnevét, székhelyét, adószámát, az üzlet címét stb. kell feltüntetnie.

A fogyasztónak nem minősülő vásárlónak a vásárlók könyvébe bejegyzett panaszát a kereskedő harminc napon belül köteles megvizsgálni és írásban megválaszolni. A válaszban tájékoztatni kell a vásárlót arról, hogy amennyiben nem ért egyet az abban foglaltakkal,

panaszával mely hatósághoz fordulhat. Meg kell adni az üzlet helye, illetve a kereskedő székhelye szerint illetékes hatóság címét és telefonszámát.

A fenti tájékoztatásokon túlmenően az üzletben a vásárlót jól láthatóan és olvashatóan tájékoztatni kell arról, hogy panaszával mely hatósághoz fordulhat. A kereskedőnek ugyanazokat az adatokat kell megadnia a tájékoztatás során, mint a vásárlók könyvébe írt panaszok esetében.

A tájékoztatási kötelezettségek megtartását szintén a fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzi.

5. FOGYASZTÓVÉDELMI SZABÁLYOZÁS

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (a továbbiakban: Fgytv.) tájékoztatási szabályai többféle jellegűek, és több cél elérését szolgálják.

A tájékoztatási szabályok egyik része a fogyasztóknak szánt termékek biztonságosságára vonatkozó szabályokat tartalmazza, míg másik részük a fogyasztók vásárlásának megkönnyítését segítik elő azzal, hogy a legfontosabb jellemzők, így főként az ár feltüntetésének kötelezettségét rögzítik. A biztonságosságra vonatkozó rendelkezések azáltal is különböznek a többitől, hogy ebben az esetben a tájékoztatási kötelezettség főként a hatóságok felé áll fenn.

A termék biztonságosságára vonatkozó tájékoztatási szabályok az alábbiak:

- Az adott terméket forgalmazó kereskedő köteles a termék által jelentett veszélyekre vonatkozó tájékoztatás továbbadására a hatóságoknak és a gyártónak, valamint a termék származási helyének megállapításához és forgalmazásának nyomon követéséhez szükséges dokumentáció megőrzésére és rendelkezésre bocsátására.

- Amennyiben az adott gyártó vagy forgalmazó tudja, hogy az adott termék nem felel meg az Fgytv. biztonságosságra vonatkozó előírásainak, köteles az érintett hatóságot haladéktalanul tájékoztatni.

Ezek a szabályok tehát azokat a hatósági feladatokat könnyítik meg, amelyek a termékbiztonság megfelelő szintjének megteremtését célozzák. A szabályok egyébként az általános termékbiztonságról szóló 2001/95/EK irányelven alapulnak.

A termékbiztonsággal kapcsolatosan a CE jelöléssel kapcsolatos tájékoztatási kötelezettségről is szót kell ejteni.

A CE-jelölés azt szimbolizálja, hogy a termék megfelel a gyártókat terhelő, a termékre vonatkozó összes kötelezettségnek az elhelyezését előíró közösségi irányelvek értelmében. Ezt a jelölést abban az esetben kell feltüntetni, amikor ennek elhelyezését a vonatkozó közösségi irányelvek és az ezt átültető nemzeti szabályok¹ előírják. Amikor a CE jelölés

¹ Néhány példa a CE jelölést előíró jogszabályokra:

140/2001. (VIII. 8.) Korm. rendelet egyes kültéri berendezések zajkibocsátási követelményeiről és megfelelőségük tanúsításáról

16/2006. (III. 27.) EüM rendelet az orvostechnikai eszközökről

elhelyezésre kerül a terméken, ez annak a kinyilvánítását jelenti a természetes vagy jogi személy gyártó részéről, hogy a termék minden vonatkozó előírásnak megfelel, és az előírt megfelelőség-értékelési eljárásokon megfelelt. Ezért a tagállamok nem korlátozhatják a CE jelöléssel ellátott termékek forgalmazását mindaddig, amíg nem bizonyítják azt, hogy az adott termék nem felel meg az előírt követelményeknek.

A CE jelölés előírásának kötelezettsége kiterjed minden olyan termékre, amelyre a vonatkozó irányelv előírja ennek elhelyezését, és amelyet be kívánnak hozni a belső piacra. Az alábbi termékek viselnek megfelelőségi jelölést:

Minden olyan új termék, amelyet az Európai Unióban gyártanak, és azok az új termékek is, amelyeket harmadik országokban gyártanak, de a belső piacra szándékoznak behozni.

Azok a használt termékek, amelyeket harmadik országból importálnak a belső piacra.

A jelentősen módosított termékek, amelyek a vonatkozó irányelv szerint új terméknek minősülnek.

Csak a CE jelölés alkalmazása azonban nem elegendő a forgalomba hozatalhoz, két feltételnek kell még e mellett teljesülnie:

Szükséges, hogy a gyártó vagy annak meghatalmazott képviselője egy megfelelőségi nyilatkozat² aláírásával igazolja, hogy a termék megfelel a vonatkozó irányelvnek.

Bizonyítékként el kell készítenie a gyártónak vagy annak meghatalmazott képviselőjének és meg kell őriznie a műszaki dokumentációt³, amely alátámasztja, hogy a termék a követelményeknek megfelel, és amelyet kérésre be kell mutatni a piacfelügyeleti hatóságoknak.

8/2003. (III. 13.) ESzCsM rendelet az in vitro diagnosztikai orvostechnikai eszközökről

8/2006. (II. 27.) GKM rendelet a mérőeszközökre vonatkozó egyedi előírásokról

75/2005. (IX. 29.) GKM-KvVM együttes rendelet a nem közúti mozgó gépekbe építendő belső égésű motorok gáznemű és részecskékből álló szennyezőanyag-kibocsátásának korlátozásáról

79/1997. (XII. 31.) IKIM rendelet az egyes villamossági termékek biztonsági követelményeiről és az azoknak való megfelelőség értékeléséről

2/2002. (II. 7.) SzCsM rendelet az egyéni védőeszközök követelményeiről és megfelelőségének tanúsításáról

² A megfelelőségi nyilatkozat tartalma: a termék azonosítása, a gyártó és/vagy meghatalmazott képviselőjének azonosítása, hivatkozás az irányelvre, hivatkozás a szabványra és/vagy egyéb műszaki dokumentumokra, a gyártó vagy annak meghatalmazott képviselője nevében aláírásra jogosult, azonosítható személy aláírása, dátum; a továbbiak szükség szerint: az eljárásba bevont kijelölt vizsgáló és tanúsító szervezet neve és címe, forgalmazási korlátozások vagy specifikus előírások, a gyártás ellenőrzéséről szóló nyilatkozat.

³ A műszaki dokumentáció tartalma: a termék azonosítása, a gyártó azonosítása, a származási ország, a termék műszaki leírása, tervrajzok, vizsgálati jegyzőkönyvek, eredmények, telepítési útmutató, felhasználói kézikönyv.

Ha a vonatkozó irányelv nem ír elő konkrét méreteket, a CE jelölésnek legalább 5 mm magasnak kell lennie. Ha a vonatkozó jogszabály kijelölt szervezet tanúsítását írja elő, a CE jelölés mellett a tanúsító szervezet 4 jegyű azonosító számát is fel kell tüntetni abban az esetben, ha a tanúsító szervezet a gyártási folyamatban is részt vett.

A CE jelölést a terméken vagy annak adattábláján kell elhelyezni. Amennyiben azonban ez nem lehetséges, vagy a termék jellege miatt azt nem írják elő, ha van, a csomagoláson kell elhelyezni, vagy, ha a vonatkozó irányelv ilyen dokumentációt előír, a kísérő dokumentáción. A CE jelölést jól láthatóan, olvashatóan, és letörölhetetlenül kell elhelyezni.

A CE jelölés mellett más jelölések is elhelyezhetőek az adott terméken, így védjegyek vagy más jelölések. Más jelölések esetén arra kell figyelemmel lenni, hogy azok más, eltérő funkciót töltenek be a CE jelöléssel szemben, nem vezetnek félreértelmezésekhez és nem rontják a CE jelölés olvashatóságát és láthatóságát.

Több oka is van annak, hogy a CE jelölés jelentésével kapcsolatosan félreértések vannak a fogyasztók körében:

A CE jelölés jelentősége meglehetősen bonyolult és nem egyértelmű az átlagfogyasztó számára, akinek az egész megfelelőségi jelöléssel kapcsolatos rendszer ismeretlen. De az is előfordul, hogy a területtel foglalkozók számára sem teljesen világos a CE jelölés szerepe.

A jelölésre vonatkozó szabályozást abból a célból vezették be az európai jogrendszerbe, hogy információkkal lássák el a nemzeti hatóságokat a termékek megfelelőségét illetően, ezzel garantálva a termékek szabad áramlását a belső piacon. Nem arra teremtették, hogy a fogyasztók számára információval szolgáljon. Azonban egyre többször tűnik fel a jelölés fogyasztói termékeken, és megjelenése a fogyasztók számára félrevezető értelmezésekre vezetett.

A téves értelmezés másik oka, hogy a termékek gyakran viselnek más jogszabályok által előírt vagy önkéntesen elhelyezett jelölést. A legtöbb esetben ezen jelölések jelentősége szintúgy ismeretlen a fogyasztók számára. Továbbá számos jelölésnek ugyanaz a jelentése, amely a CE jelöléstől történő megkülönböztetést még nehezebbé teszi. A fogyasztókat ezek a jelölések is megtévesztik, és gyakran nem használják a CE jelölést, mint döntési tényezőt vásárlásaik során.

A fogyasztók, akik nem ismerik a CE jelölés jelentését, nem vizsgálják, hogy az adott termék rendelkezik-e egyáltalán CE jelöléssel, és ezáltal a közösségi jogi szabályozással nem konform és potenciálisan veszélyes termékeket is megvásárolnak. A fogyasztók ezekről a termékekről így tévesen azt gondolhatják, hogy Európában gyártották őket vagy egy független harmadik szerv vagy hatóság által ellenőrzöten kerülnek forgalomba. A forgalmazói hálózatban a CE jelöléssel kapcsolatosan meglévő korlátozott ismeret szintén azt eredményezi, hogy a végfelhasználó számára nem megfelelő termékek kerülhetnek eladásra.

A CE jelöléssel kapcsolatban versenyjogi szempontok is felvetődnek, amikor a versenytársak tisztességtelen módon próbálják meg felhasználni a CE jelölés pozitív jelentését, és ezzel a szabályokat betartó versenytársak hátrányt szenvedhetnek.

Ahhoz, hogy az általános termékbiztonságra vonatkozó piacfelügyeleti intézkedéseken kívül egyéb eszközökkel is lehessen élni a CE jelöléssel kapcsolatosan elkövetett visszaélésekkel

szemben, az Európai Bizottság azon kívül, hogy széleskörű felvilágosító kampányt kíván indítani az Unió területén a CE jelölés jellemzőit és pozitív hatásait illetően, a CE jelölést közösségi védjegyként kívánja elismerni. Ezáltal lehetőség lesz arra is, hogy a védjegyként elismert CE jelölésre a szellemi alkotáshoz fűződő jogok megsértéséből eredeztethetően is lehet jogokat és kötelezettségeket alapozni, és ezek alapján jogokat érvényesíteni.

Az Európai Bizottság azután döntött egyébként a CE jelölés védjegyként történő elismerése mellett, hogy a megfelelőségi jelölés eltörlése is felmerült a jelöléssel kapcsolatos félreértelmezések feloldása érdekében. Azonban a Bizottság a következmények mérlegelése után – az iparra, a gyártókra és a jelölési rendszerre is káros hatással lenne, mivel már jó pár éve alkalmazzák – inkább úgy határozott, hogy megerősíti a CE jelölést.

A fogyasztó tájékozottságát biztosító szabályok:

- A termék használatára vonatkozó tájékoztatás

Az Fgytv. előírja, hogy azon termékek esetében, amelyekre azt jogszabály külön előírja, használati és kezelési útmutatót kell mellékelni a fogyasztó számára. Ilyen termékek főként a műszaki termékek. A használati és kezelési útmutatóban a fogyasztót magyar nyelven, közérthetően és egyértelműen tájékoztatni kell a termék rendeltetésszerű használatának, felhasználásának, eltarthatóságának és kezelésének módjáról.

Fontos szabály, hogy a termékhez csatolt magyar nyelvű használati és kezelési útmutatónak a tartalmaznia kell mindazt az információt, amelyet a gyártó által csatolt idegen nyelvű használati és kezelési útmutató tartalmaz. Az egyes, főleg harmadik országokból importált termékek esetében fordul elő az, hogy az idegennyelven megfogalmazott útmutatókat csak nagyon szűk terjedelemben fordítják le magyarra. Ebben az esetben a fogyasztóvédelmi hatóság a törvény értelmében eljár a jogsértés orvoslása érdekében. Emellett az is előfordul, hogy az idegennyelven megírt útmutatót fordítási programmal ültetik magyar nyelvre és részben érthetetlen szövegek állnak össze az egyébként értelmes magyar szavakból. Ebben az esetben sem felel meg a törvény rendelkezéseinek az útmutató, hiszen közérthetőnek kell lennie a tájékoztatásnak.

- A termék eladási árára vonatkozó tájékoztatás

A fentiekén túl a fogyasztót az adott termék vagy szolgáltatás áráról is megfelelően tájékoztatni kell az alábbiak szerint:

- írásban, az adott termék eladási árán túl az egységárát is,

- egyértelműen, könnyen azonosíthatóan és tisztán olvashatóan,

- a Magyar Köztársaság törvényes fizetőeszközében kifejezve,

- a fogyasztó által ténylegesen fizetendő, az általános forgalmi adót és egyéb kötelező terheket is tartalmazó módon kell feltüntetni.

Fontos szabály, hogy több eladási ár vagy szolgáltatási díj egyidejű feltüntetése esetén a vállalkozás köteles a feltüntetett legalacsonyabb eladási ár vagy szolgáltatási díj felszámítására.

A termék eladási árának, egységárának és a szolgáltatás díjának feltüntetésének módjáról a termékek eladási ára és egységára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SzMM együttes rendelet rendelkezik.

A rendelet meghatározza az árfeltüntetés formáját, amelynek a gyakorlati alkalmazása értelmezési problémát vetett fel. A rendelet ugyanis előírja, hogy a termék eladási árát és egységárát a terméken, annak csomagolásán vagy a termékhez egyéb módon rögzítve, vagy - ha a termék jellegéből (így különösen méretéből), illetve a forgalmazás körülményeiből adódóan az a) pont szerinti árfeltüntetés nem alkalmazható - a közvetlenül a termék mellett elhelyezett egyedi árkiíráson, árjegyzéken kell feltüntetni. Az alkalmazhatósági problémát az jelenti, hogy a „nem alkalmazható” kifejezés a gyakorlatban többféleképpen értelmezhető. Jelenleg az a gyakorlat alakult ki a kereskedelemben, hogy a fogyasztókat az árakról csak abban az esetben tájékoztatják az ár termékhez rögzítésével, ha az üzletben az árat a pénztárnál nem vonalkód alapján olvassák le. A vonalkódot alkalmazó, nagyobb üzletekben általában a polcokon, a termék alatt közzétett árfeltüntetéssel tájékoztatják a fogyasztókat. Ugyanakkor a vonalkódot használó üzletben a termékhez rögzített árakkal történő árfeltüntetéssel kapcsolatosan olyan értelmezés is kialakulhat, hogy fizikailag ez a fajta árfeltüntetés ebben az esetben is alkalmazható, ezért nincs lehetőség a polcokon történő árfeltüntetésre. Ahhoz, hogy ezt a fajta értelmezést elkerüljük, a rendeletről a második árfeltüntetési opcióhoz írt feltételt szükséges elhagyni a rendeletről. Ez biztosítja az értelmezési problémák elkerülését és a vállalkozások így biztosan az előírásoknak megfelelően tüntetik fel a termékek árait.

Emellett egy fontos, a vendéglátás területén eddig működő tájékoztatási szabály fenntartását, illetve a rendeletről történő visszahelyezését is meg kell említeni.

A 2009. február 7-én hatályon kívül helyezett, a vendéglátó üzletek kategóriába sorolásáról, valamint ártájékoztatásáról szóló 43/1998. (VI. 24.) IKIM rendelet írta elő 1998. július 1-jétől azt, hogy egyes vendéglátó üzletek (pl. melegkonyhás vendéglátó üzlet, cukrászda, bár, borozó, italbolt, kocsmá, zenés szórakozóhely) esetében az üzlet bejáratán kívül az üzlet teljes étel- és italválasztékát bemutató ét- és itallapot, illetve árlapot kell elhelyezni.

A 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet helyezte hatályon kívül a 43/1998. (VI. 24.) IKIM rendeletet. A 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet nem tartalmaz rendelkezést a vendéglátó üzletek bejáraton kívüli ártájékoztatásáról.

Ugyanakkor szükséges a továbbiakban is fenntartani ezt az előírást tekintettel arra, hogy az mind szakmai, mind fogyasztóvédelmi szempontból indokolt. Szakmai szempontból azért, mert a vendéglátás területén működő vállalkozások közötti éles versenyben fontos eligazodási pontot jelent a kínálatról, valamint az árakról. Ez a verseny szempontjából is fontos, mivel ennek ismeretében dől el a szolgáltatás igénybevétele. Fogyasztóvédelmi szempontból pedig azért fontos, hogy a fogyasztó már az üzletbe történő belépést megelőzően tájékozódjon a választékról és az ahhoz tartozó árakról, s össze tudja hasonlítani ezeket más éttermek áraival.

6. A TÁJÉKOZTATÁSSAL KAPCSOLATOS PANASZOK

A tájékoztatással kapcsolatosan felmerülő panaszok esetében a vállalkozás köteles a fogyasztót tájékoztatni a székhelyéről, a panaszügyintézés helyéről és az adott tevékenység, kereskedelmi forma vagy módszer sajátosságaihoz igazodó módjáról, valamint a panaszok közlése érdekében a vállalkozás vagy a vállalkozás elérhetőségéről.

A panasz elutasítása esetén a vállalkozás köteles a fogyasztót írásban tájékoztatni arról, hogy panaszával mely hatóság vagy a békéltető testület eljárását kezdeményezheti. Meg kell adni az illetékes hatóság, illetve a békéltető testület elérhetőségét.

Az Fgytv. előírása szerint a törvény előírásainak megszegése esetén a fogyasztóvédelmi hatóság jár el.

A fogyasztók jogait érintő adatok nyilvánosságáról szóló adatvédelmi biztosi ajánlásban az adatvédelmi biztos rávilágított arra, hogy a fogyasztóvédelmi hatóság szinte egyáltalán nem él a határozatok hozzáférhetővé tételének az adatvédelmi törvény és a közigazgatási hatóság eljárásról szóló törvény által biztosított lehetőséggel, és csak kifejezett, egyértelmű jogszabályi előírás esetén közöl információkat

Attól tart a hatóság ugyanis, hogy üzleti titok, jóhírnév sérelme vagy károkozás miatt az elmarasztaló határozattal érintett ügyfél pert indít ellenük. Az adatvédelmi biztos álláspontja szerint azonban a vállalkozások jogszerű működésének ellenőrzésére hivatott hatóságok elmarasztaló határozata bárki számára megismerhető adat. Az üzleti titok intézménye nem lehet menedék a piac jogsértő szereplői számára, a jogsértés titokban maradása nem tekinthető jogszerű érdeknek.

A fogyasztóvédelmi hatóság eljárásának nyilvánosságát az előző bekezdésben említett két törvény, az Fgytv. és egyéb ágazati jogszabályok szabályozzák. Az adatvédelmi biztos szerint ezek a nyilvánossággal kapcsolatos szabályok egyrészt párhuzamos szabályozásnak tekinthetők, mely nem szolgálja a jogszabályok áttekinthetőségét, érthetőségét és ezáltal a jogbiztonságot, másrészt az alkalmazott fogalmak nincsenek egymással összhangban, nem feltétlenül felelnek meg a normavilágosság követelményének és nem segítik a jogalkalmazást. Mindez szintén a nyilvánosságra vonatkozó eljárási szabályok átgondolását, összehangolását igényli.

Az ajánlásban foglaltaknak megfelelően került sor az Fgytv. módosítására. Az Fgytv. 51. §-a 2008. szeptember 1-jétől előírja, hogy a hatóság minden jogerős határozatát köteles nyilvánosságra hozni.

Az adatvédelmi biztos ebben az ajánlásában jelzett ugyanakkor egy másik problémát is, amely a piacfelügyeletre vonatkozó előírásokkal kapcsolatos. Az áruk és a szolgáltatások biztonságosságáról és az ezzel kapcsolatos piacfelügyeleti eljárásról szóló 79/1998. (IV. 29.) Korm. rendelet szerint a hatóságok jogosultak nyilvánosságra hozni a fogyasztók széles körét érintő vizsgálatok eredményét és tapasztalatait, továbbá a fogyasztók egészségére és biztonságára veszélyes árukkal kapcsolatos információkat az átláthatóság követelményével összhangban - a piacfelügyeleti hatósági tevékenység akadályozása és sérelme nélkül - a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszik. Különösen az áru azonosítását segítő, a veszély természetére és a meghozott intézkedésekre vonatkozó információkat kell biztosítani. További előírás, hogy ha az áru nem felel meg a biztonságossági követelményeknek, akkor a hatóságok jogosultak figyelmeztető tájékoztatást előírni, széles körű tájékoztatást elrendelni.

A fogyasztóvédelmi hatóság a piacfelügyeleti ellenőrzéssel kapcsolatos adatokat többféle adatbázisban, információs rendszerben tartja nyilván, és működteti a veszélyes termékek gyorsriasztási rendszereit. Ilyen rendszer a Közösségi Gyors Tájékoztatási Rendszer (RAPEX), valamint a Központi Piacfelügyeleti Információs Rendszer (KPIR), mely több száz olyan termékadatot tartalmaz, amelyről a veszélyesség megállapításra került. Ezen

adatbázisok a hatóságok közti gyors információcserét segítik elő. A vonatkozó rendelet lehetővé teszi, hogy a fogyasztók tájékoztatást kérjenek a hatóságtól a KPIR-ben nyilvántartott adatokról. Az adatvédelmi biztos álláspontja szerint a hatóságnak erre irányuló kérés nélkül is rendszeresen, saját honlapján keresztül is elérhetően közzé kellene tennie a KPIR meghatározott, és a jelenleginél bővebb adatkörét, ezáltal is segítve a fogyasztók tájékoztatását. Továbbá a tájékoztatás kérésének lehetővé tétele helyett/mellett deklarálni kellene, hogy a KPIR mely adatai nyilvánosak.

A termékek forgalmazása tekintetében az akkreditálás és piacfelügyelet előírásainak megállapításáról szóló 765/2008/EK rendelet, amely az európai uniós piacfelügyelet általános követelményeit határozza meg, átültetése során a fentiekre is figyelmet szükséges fordítani tekintettel arra, hogy a RAPEX rendszer működését a rendelet nemcsak a fogyasztóknak szánt termékekre, hanem egyes kivételek meghatározásával minden termékre kiterjesztette.⁴

7. ÚJ TÁJÉKOZTATÁSI KÖVETELMÉNYEK

Az Fgytv. jelenleg is előírja, hogy a fogyasztási kölcsönszerződés megkötésekor minden olyan szerződési feltételről tájékoztatni kell a fogyasztót, amely jogszabály alapul és annak előírása folytán kötelezően a szerződés részévé válik.

Az Európai Unió megalkotta a fogyasztói hitelmegállapodásokról szóló 2008/48/EK irányelvet, amelyet 2010. május 12-ig kell átültetni a magyar jogba. Az irányelv a hitelekkel kapcsolatosan ír elő főként tájékoztatási követelményeket. Az irányelv célja, hogy a fogyasztó a hitelmegállapodás megkötésekor megfelelően tájékozott legyen.

Az előírt tájékoztatási kötelezettségek az alábbi területekre terjednek ki:

- a hitelmegállapodásra vonatkozó reklámok

Bármely, hitelmegállapodásra vonatkozó olyan reklámnak, amely kamatlábat vagy bármely, a hitelnek a fogyasztó által viselt költségére vonatkozó számadatot megjelöl, általános tájékoztatást kell tartalmaznia, amelyet

- egyértelműen,

- világosan és

⁴ A rendelet átültetését egyébként olyan formában szükséges megvalósítani, amely lehetővé teszi, hogy a rendeletben előírt szabályok végrehajtása minden termékre vonatkozóan lehetővé váljon. Ez egy keretszabályozásban valósulhat meg, amelynek álláspontom szerint egy új, külön törvényben lenne a helye. A jelenlegi piacfelügyeleti szabályozás egyik alapját törvényi szinten az Fgytv. jelenti tekintettel arra, hogy ez a törvény ülteti át az általános termékbiztonságról szóló 2001/95/EK irányelvet. Emellett a 79/1998. (IV. 29.) Korm. rendelet adja meg az Fgytv. végrehajtási szabályait, de nemcsak azokat, hanem a piacfelügyelettel kapcsolatos általános feladatokat, kötelezettségeket és a hatóságok együttműködését. Ugyanakkor a kormányrendelettel kapcsolatos alkotmányos problémák is felvetődnek, miután az Fgytv. rendelkezése alapján került megalkotásra a rendelet, azonban a rendelet előírásai nem csak a fogyasztóknak szánt termékekre vonatkoznak, hanem az egyéb termékekre is, így a rendelet újraalkotása a közösségi rendelet átültetése miatt elkerülhetetlenné vált.

- jól látható módon egy reprezentatív példával szemléltetve kell megjeleníteni.

Az irányelv emellett meghatározza azokat a tartalmi elemeket is, amelyeket az ilyen reklámoknak tartalmazniuk kell.

- szerződéskötést megelőző tájékoztatás

Ez a tájékoztatási előírás arra vonatkozik, hogy a fogyasztó számára még az ajánlati kötöttség előtt lehetőséget kell biztosítani a megfelelő tájékozódásra. A fogyasztói hitelmegállapodás megkötését megelőzően megfelelő tájékoztatást kell kapnia a fogyasztóknak a hitel feltételeiről, költségeiről és kötelezettségeikről olyan tájékoztató formájában, amelyet a fogyasztók magukkal vihetnek és tanulmányozhatnak. Az ajánlatok lehető legteljesebb mértékű átláthatósága és összehasonlíthatósága érdekében az ilyen tájékoztatásnak különösen magában kell foglalnia a hitelre alkalmazandó teljeshiteldíj-mutatót.

Ezt formanyomtatvány keretében kell a pénzügyi vállalkozásnak megtennie, amelynek lehetővé kell tennie, hogy az egyes ajánlatok összehasonlíthatóak legyenek.

- a hitelmegállapodásra vonatkozó tájékoztatás

A hitelmegállapodásokban feltüntetendő információkat nyomtatott formában vagy más tartós adathordozón kell átadni a fogyasztó számára.

Az irányelv emellett meghatározza azokat a tartalmi elemeket is, amelyeket a hitelmegállapodásnak tartalmaznia kell.

- a hitelkamatláb-változásra vonatkozó tájékoztatás

A fogyasztót nyomtatott formában vagy más tartós adathordozón tájékoztatni kell a hitelkamatláb változásáról annak hatályba lépése előtt. A tájékoztatásnak tartalmaznia kell az új hitelkamatláb hatálybalépését követő fizetések összegét és, ha a fizetések számában vagy gyakoriságában változás történik, az erre vonatkozó részleteket.

Az irányelv rendelkezéseit a pénzügyi tárgyú jogszabályokban szükséges átültetni. Az irányelv rendelkezésein belül a reklámozásra vonatkozó előírásokat is, mert a reklámtörvény lehetővé teszi, hogy a más törvény is tartalmazzon reklámozásra vonatkozó szabályokat.

8. A FOGYASZTÓI JOGOKRA VONATKOZÓ ÚJ, KÖZÖSSÉGI JOGI SZABÁLYOZÁS TERVEZETE

A fogyasztói jogokról szóló irányelv tervezetének hatálya alá a termék- és szolgáltatásértékesítésre vonatkozó, az üzleti vállalkozások és a fogyasztók közötti szerződések tartoznak. Az irányelv a tájékoztatási szabályok vonatkozásában új keretet szeretne létesíteni, amellyel összehangolná a 2005/29/EK irányelv tájékoztatásra vonatkozó előírásait, illetve az üzlethelyiségen kívül kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről szóló 85/577/EGK, a távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről szóló 97/7/EK és a fogyasztási cikkek adásvételének és a kapcsolódó jótállásnak egyes vonatkozásairól szóló 99/44/EGK irányelv előírásait.

A szabályozás javítására vonatkozó célkitűzéssel összhangban az irányelv tervezete biztosítaná ezek között az eltérő irányelvek közötti összhangot, valamint szabályozza az említett kötelezettségek megszegésének jogi következményeit.

Az irányelv valamennyi, adásvételi vagy szolgáltatási szerződés megkötését megelőzően egyértelmű tájékoztatási kötelezettségeket ír elő a kereskedők számára, annak érdekében, hogy a fogyasztók tudatosan választhassanak.

A rendelkezésre bocsátandó információk közé tartozik a termék főbb jellemzőinek leírása, a kereskedő neve és címe, az adót tartalmazó ár, az összes fuvardíj, szállítási-, vagy postaköltség.

9. VERSENYJOGI SZABÁLYOZÁS

A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény a 2005/29/EK irányelv átültetése során kis részben módosításra került, ugyanakkor a módosítás főként a tájékoztatási szabályokat érintette. A Tpv-t.-ben meghatározott tájékoztatási szabályok az irányelv átültetését követően már nem vonatkoznak a fogyasztókra, csupán a vállalkozások közötti relációban maradt versenyjogot érintő tájékoztatási szabály.

Az üzletfelek megtévesztése körében a törvény előírja, hogy az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; illetve az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, az üzletfél döntését befolyásoló körülményekről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, az mindenéppen az üzletfelek megtévesztésének minősül.

Amennyiben ez a tájékoztatás gazdasági reklámtevékenységnek minősül, a reklámtörvényt kell alkalmazni.

10. ÖSSZEGZÉS

Amint a fentiekből is látható, hogy a jelenlegi magyar jogrendszerben számos olyan tájékoztatási szabály van a kereskedelmi gyakorlatok területén, amely végeredményben egy bonyolult, de logikusan levezethető rendszerré áll össze. Azért a vállalkozások nincsenek könnyű helyzetben e számos előírás alkalmazása terén. Természetesen az uniós jogi aktusok által meghatározott, sokszor túlzottan általános és ezáltal a gyakorlatban nehezen alkalmazható szabályok sem teszik egyszerűvé a jogalkalmazók életét. Az uniós jogalkotó ugyanakkor egyre inkább egységesíteni, átjárhatóvá és átláthatóvá kívánja tenni a fogyasztók tájékoztatására vonatkozó szabályokat, ezzel újabb és újabb kihívások elé állítva a tagállami jogalkotót. Ebben a magyar jogalkotónak is számos feladata lesz, és ezen előírások alkalmazása is szintén érdekes fejleményeket hozhat, valamint ebben még a kutatási munkáknak is nagy szerepe lehet.

Reviewer:

Peter Miskolczi Bodnár

Contact – email:

japeter55@gmail.com