

A VÁLLALKOZÁSOK ETIKAI HOZZÁÁLLÁSA A FOGYASZTÓVÉDELMI SZABÁLYOK BETARTÁSÁHOZ

DR. SUHAJDA ZSUZSANNA

„A GAZDASÁG ETIKÁJA” CÍMŰ KONFERENCIA, ESZTERGOM, 2025. ÁPRILIS 3.

MAGYAR KERESKEDELMI ÉS IPARKAMARA ETIKAI BIZOTTSÁGA

RELEVANCIA

A fogyasztóvédelem szakértője

FOGYASZTÓVÉDELEM: JOGSZABÁLY VAGY ETIKA?

■ Jogszabály:

Államilag kikényszeríthető
norma

Etikai norma:

elvárható szabályok, amelyek

Sajátos eszköztárral
rendelkeznek és csak bizonyos
esetekben bírnak kötelező erővel

FOGYASZTÓVÉDELEM

ÉS

ETIKA?



FOGYASZTÓVÉDELMI ELVÁRÁSOK MEGJELENÉSE A JOGI NORMÁKBAN

Európai Unió

AZ EURÓPAI
KÖZÖSSÉG
FOGYASZTÓVÉDELMI
POLITIKÁJA



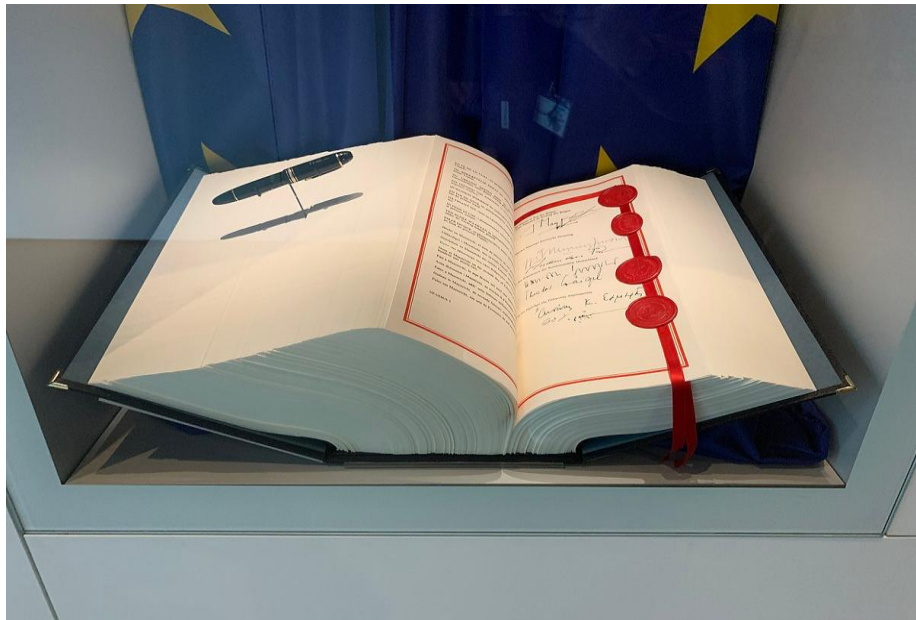
EGK első, előzetes „fogyasztóvédelmi politikája”

Fogyasztói alapjogok:

- Egészséghez és biztonsághoz való jog
- Gazdasági érdekek védelméhez való jog
- Kárigényhez (jogorvoslathoz) való jog
- Megfelelő tájékoztatáshoz és oktatáshoz való jog
- Érdekképviselthez való jog

FOGYASZTÓVÉDELMI ELVÁRÁSOK MEGJELENÉSE A JOGI NORMÁKBAN

Európai Unió



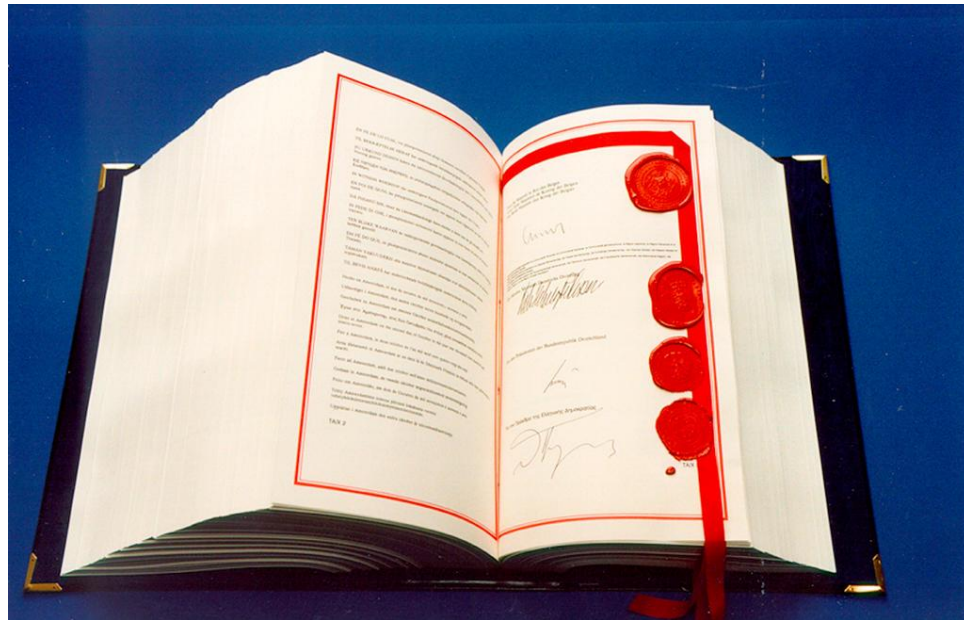
Az 1992. évi Maastricht-i Szerződés

Megteremtette a magas szintű fogyasztóvédelem és a környezetvédelem terén a „**minimálharmonizáció**” elvét, hogy a tagállamok a közösségi szabályozásnál szigorúbb intézkedéseket vezessenek be vagy tartsanak fenn, amelyeknek összhangban kell lennie a Szerződéssel

Ezen alapult pl.: A Tanács 84/450/EGK irányelve (1984. szeptember 10.) a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről (2005-ig)

FOGYASZTÓVÉDELMI ELVÁRÁSOK MEGJELENÉSE A JOGI NORMÁKBAN

Európai Unió



Az 1997-es Amszterdami Szerződés

A Szerződés 153. cikk (2) bekezdése alapján „a Közösség egyéb politikájának és tevékenységének meghatározása és véghezvitele során tekintetbe veszi a fogyasztóvédelem követelményeit”, ezáltal a fogyasztóvédelmi politika ún. **horizontális politikává** vált.

FOGYASZTÓVÉDELMI JOGI NORMÁKKAL SZEMBENI ELVÁRÁS

Európai Unió



A szabályozás új megközelítése

Az eltérő tagállami szabályozás kiküszöbölése céljából, annak érdekében, hogy az Európai Unióban a **kereskedelem szempontjából kiszámíthatóbb szabályozás környezet** épüljön ki, az Európai Bizottság 2002-től javasolta a fogyasztóvédelem területén a minimumharmonizáció alkalmazása helyett a **maximumharmonizációt**.

Ezen alapul pl.: Az Európai Parlament és a Tanács **2005/29/EK irányelve** a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a **84/450/EGK** tanácsi irányelv, a **97/7/EK**, a **98/27/EK** és a **2002/65/EK** európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a **2006/2004/EK** európai parlamenti és tanácsi rendelet

„AKTUÁLIS” FOGYASZTÓVÉDELMI ELVÁRÁSOK EURÓPAI UNIÓBAN

Európai Unió

AZ EURÓPAI
KÖZÖSSÉG
FOGYASZTÓVÉDELMI
POLITIKÁJA



Az EU jelenlegi fogyasztóvédelmi politikai programja (2020 – 2025) - környezetvédelem

Az EU jelenlegi fogyasztóvédelmi politikájának középpontjában a következő öt terület áll:

- zöld átmenet,
- digitális átalakulás,
- hatékony végrehajtás és jogorvoslat,
- konkrét fogyasztói igények kielésítése,
- a fogyasztóvédelem a globális környezetben

A FOGYASZTÓVEDELEM TERÜLETENEK NAGY RESZE MAGAS SZINTEN (EU) ÉS KÖTELEZŐ JELLEGGEL (JOGSZABÁLY) SZABÁLYOZOTT

EU-s szabályok (közvetett vagy közvetlen hatályú) például:

- 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (árfeltüntetés)
- 2020/1828 európai parlamenti és tanácsi irányelv (fogyasztók kollektív érdekeinek védelmére irányuló képviseleti keresetekről)
- 2023/988 európai és tanácsi rendelet (általános termékbiztonság)
- 2005/29/EK irányelve a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól

Magyar megfeleltetett jogszabályok:

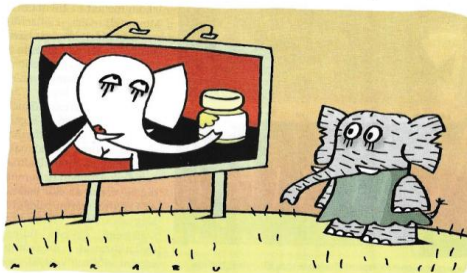
- 4/2009. NFGM-SZMM rendelet
- 1997 évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről
- 2012. évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről
- 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról

A „klasszikus” megtévesztés 2009-ben

MEGTÉVESZTETT FOGYASZTÓK

Megszépítenek?

Elrettentő nagyságú, 330 millió forintos bírságot szabott ki három kozmetikai cég megtévesztően reklámozott termékeire a Gazdasági Versenyhivatal.



Mondhatni, alkotóelemeire szedte a Gazdasági Versenyhivatal (GVH) három kozmetikai mul-ti, a Johnson & Johnson, a L'Oréal, valamint a Nivea- és az Eucerin-termékeket is forgalmazó Beiersdorf őrdívvállalat zömében 2007-ben közzétett reklámjait. A hivatal versenytanácsa szerint a szépség- és bőrápoló szerekől elhangzott és leírt állítások számos esetben félrevezetőek voltak, így az elmarasztalt cégeknek nettó árbevételük nem egészen 1 százalékát kell bírságként befizetniük. A Johnson & Johnsonnál 70 millió forintos, a Beiersdorfnál

nettó árbevétel 10 százalékát is elérő bírságot is kiszabhat, ha a megtévesztést akkora súlyúnak ítéli meg.

„A GVH nem arról mondott ítéletet, hogy jóké ezek a termékek, kizárólag a reklámok valóság tartalmát vizsgálta” – mondta a HVG-nek Balogh Virág, a GVH fogyasztóvédelmirodájának vezetője. Az eljárás során felkért bőrgyógyász-kozmetológus szakértő megerősítette, hogy a valóban jó minőség ezekben az esetekben sem társult az ígért csodákkal. Például az „eltünteti a ráncokat, és egyben megelőzi azok visszatérését” rekláminformációnak

OTP Bank Nyrt.	132	Bérelőbiztosítási ajánlások megtévesztő reklámja
Beiersdorf Kft.	110	Szemáncsokért megtévesztő reklámja
Penny Market Kft.	100	Magasabb ár az alacsony árszinten megvásárolható árucikkek miatt
Tesco-Globál Zrt.	100	Az árucikkek utólagos szereplő termékek nem kaphatók
Magyar Telekom Nyrt.	100	Mobiltelefon-ajánlatok megtévesztő reklámja
Tesco-Globál Zrt.	100	Az árucikkek utólagos szereplő termékek nem kaphatók
OTP Bank Nyrt.	100	Hítelkártyák kamatmentességének megtévesztő reklámja
Bio-Fit Natura Kft.	91	Fogyasztó, potenciálisan és egyéb hatóanyagok megtévesztő reklámja
Magyar Telekom Nyrt.	80	Mobiltelefon-ajánlatok megtévesztő reklámja

*Az összeg az egyes cégek és a GVH közötti perekben csúszkálhat.

lammennyi vásárló – a korától és a bőrtípusától függetlenül – azt várhatja, hogy arc-bőre fiatalabbnak látszódjon, egy másik krém esetében pedig „akár 2 milliméterrel is feszesebbé válhat”. A nagy pontosságot és kétséghívhatatlan mérési eredményt sugalló állítások sem állták ki a szigorú vizsgálatot. Így a „86 százalékkal feszesebb arcból, a 82 százalékkal kevesebb ránc” ígérete sem vehető készpénznek, mivel kisszámú kipróbáló szubjektív állításán alapult.

Félrevezetőnek bizonyult az is, ahogy a Johnson's Baby termékeket népszerűsítette a forgalmazója egy kismamáknak szóló internetes oldalon. „A magyarországi újszülöttszülők orvosainak 89 százaléka ajánlja ezeket” – szövege a reklám. Mint kiderült, a hivatkozást egy 1997-es piacutazásra alapozták, amelyben 100 kórház összesen 100 orvosától azt tudták kikérni, ajánlaná-e a szóban forgó babaápolási termékeket az újszülöttek ápolására. E nem reprezentatív, tíz évvel korábbi kikérdezés feltételek módjában megfogalmazott kérdését napjainkban megválaszolni már nem lehet.

megbírságot cégek. „Kockázatos túlságosan pontos állításokat közzétenni egy-egy reklámban – ezt a tanulságot mindenképpen le kell vonnia a szakmának” – vélekedik Fazekas Ildikó, az Önszabályozó Reklámtestület főtitkára. A pontatlanság abból is ered, hogy nem mindig sikeredik szövegűre a fordítás, másrészt a cégek állításával ellentétben vannak azért ilyen és ehhez hasonló ügyek az EU többi tagországában is – állítja a GVH irodavezetője. A L'Oréal például a brit Advertising Standards Authority, az önszabályozó reklámtestület utasította rendre, amikor kiderült, hogy szempillafestékük frenetikus hatását illusztráló reklámspotjukban Penélope Cruz műszempillákat viselt.

„Mindent egybevetve, a hazai gyakorlat szigorúbb, mint az EU-ban. A versenyhivatali döntésekben nem bizonyított, hogy az átlagfogyasztó valóban megtéveszthető-e a kozmetikai szerekről szóló reklámigéretekkel” – véli Suhajda Zsuzsanna, a fogyasztóvédelmi jog szakértője. Az a réteg, amely ilyen termékeket vásárol, nem veszi szó szerint, hogy sosem lesznek ráncai, vagy biztosan éppen tíz évvel látszik fiatalabbnak. „Azért sem reklamál senki, ha a népszerűsített energiaital elfogyasztásától nem nő szárnya” – szelítette példával is Suhajda Zsuzsanna, milyen elvonatkoztatásra lehet képes egy hazai átlagfogyasztó. Ezt a gondolatmenetet támasztja alá az Európai Bíróság (EB) 2000-ben hozott, az Estée Lauder cég termékét érintő döntése is, amely kimondta, hogy a „lifting” címkével ellátott kozmetikumtól a tájékozott és körültekintő vásárlók nem várják el, hogy az tartósan megemlje az arcbőrt. Ugyanakkor az EB nem zárta ki annak a lehetőségét, hogy bármely tagország nemzeti bírósága megvizsgálja, félrevezető-e abban az

A TISZTESSÉGTELEN KERESKEDELMI GYAKORLATOK TILALMÁRA VONATKOZÓ TÖRVÉNY (2008. ÉVI XLVII. TV. FTTV.)

Mérlegelés nélkül jogszabályilag kötelező

- Fttv. 4. § (3) bekezdés:
- A *mellékletben* meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek:
- Pl. Minőségi jelzés, bizalmi jegy vagy hasonló megkülönböztető jelölés jogosulatlan feltüntetése,
- A keresési eredmények megadása a fogyasztó online keresési lekérdezése alapján, anélkül, hogy egyértelműen felfednék a fizetett hirdetések vagy a kifejezetten a termékeknek a keresési eredmények közötti magasabb rangsorolását célzó fizetést.

Etikai nem megfelelő (mérlegelés tárgya)

szakmai gondosság követelménye Fttv. 3. § (2) bek. a)
fogyasztói magatartás torzítása Fttv. 3. § (2) bek. b)
„átlagfogyasztó” Fttv. 4. § (1) bek.

ÜZLETI ETIKA ÉS FOGYASZTÓVÉDELEM

Általános etikai követelmény

- „Ne szerezzünk jövedelmet úgy, hogy azzal másnak kárt okozunk”

Fogyasztóvédelmi területen:

- Az etikai követelmény megsértése kárt okozhat:
- versenytársnak,
- fogyasztónak
- környezetnek

SZAKETIKA – MAGATARTÁSI KÓDEX

Bizonyos szakmák, tevékenységek, területek és ezek viszonyrendszereinek specifikumai



SAJTÓKÖZLEMÉNY | 2021. júl. 5. | Brüsszel | 5 min read

„A termelőtől a fogyasztóig” stratégia: 65 vállalat és szövetség írja alá az élelmiszer-ellátási láncban belüli felelős üzleti és marketing-magatartásra vonatkozó uniós kódexet

A GAZDASÁGI KAMARÁKRÓL SZÓLÓ 1999. ÉVI CXXI. TÖRVÉNY - FOGYASZTÓVÉDELEM

10. § (1) A gazdasági kamarák az üzleti forgalom biztonságának és a piaci magatartás tisztességének megteremtése, megőrzése, illetve fokozása érdekében

- *c) a gazdasági érdek-képviselői szervezetek bevonásával **kidolgozzák a** valamennyi gazdálkodó szervezetre általánosan érvényes, a tisztességes piaci magatartásra és **tisztességes kereskedelmi gyakorlatra vonatkozó etikai szabályokat, figyelemmel kísérik e szabályok, valamint a tisztességtelen piaci magatartás tilalmáról szóló törvényben, illetve a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvényben meghatározott, a tisztességtelen verseny és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó rendelkezések érvényesülését, a kamarai etikai szabályok megsértése esetén a kamarai tag gazdálkodó szervezeteket határozatban figyelmeztetik és – az etikai szabályzatban meghatározott esetekben és módon – a figyelmeztetést nyilvánosságra hozzák, a tisztességtelen verseny vagy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó jogszabályokba ütköző magatartás esetén pedig kezdeményezhetik a hatáskörrel rendelkező szervnél a szükséges intézkedés megtételét. Etikai vétség esetén a gazdasági kamarák a nem kamarai tagok felé jelzéssel és figyelemfelhívással élhetnek***

**A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara és a területi kereskedelmi és iparkamarák
ETIKAI KÓDEXE**

Jogszabályi rendelkezés

15. § A fogyasztókkal szemben nem szabad tisztességtelenül egyoldalú előnyt alkalmazni, döntéseiket tisztességtelenül befolyásolni, árukra, szolgáltatásokra vonatkozó választási szabadságukat bármely üzleti módszerrel etikátlanul korlátozni.

Fttv.

3. § (1) Tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

21. § Elvárható, hogy a fogyasztók igényeinek tisztességes kielégítése érdekében a vállalkozás részéről eljáró értékesítési szakember rendelkezzen a megfelelő szakmai felkészültséggel, a tájékoztatások és szolgáltatások az eladást megelőzően és követően kellően szervezettek legyenek.

Fttv.

3. § (2) Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye)

22. § Az eladás, az esetleges engedmények módjáról információt kell adni – pl. időszakos árleszállítás, diszkont, kiárusítás, végkiárusítás, leértékelés, készletcsökkentés, maradék eladás, stb. – utalni kell az okokra, különösen, ha az árcsökkentés összefüggésben van a termék használhatóságával, minőségével, a kapcsolódó szolgáltatásokkal.

Árrendelet

2/A. § (1) Az árcsökkentés bejelentése esetében meg kell jelölni a korábbi, a vállalkozás által az árcsökkentést megelőzően, meghatározott ideig alkalmazott árat.
(2) A korábbi ár a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző harminc nap.
(3) Ha az árcsökkentés mértéke fokozatosan növekszik, akkor a korábbi ár az árcsökkentés első alkalmazása előtti, az árcsökkentés nélküli ár.

26. § Tisztességtelen a jogszabályok vagy hatósági engedélyek egyedi, félrevezető értelmezése. Különösen tisztességtelen olyan, a partnerek által át nem látható jogi konstrukciók kínálása, amelynek alkalmazásával a másik felet veszélybe sodorják, részére előre nem látható hátrányt okoznak.

Fttv.

Melléklet 4. (Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat) Annak valótlan állítása, hogy a vállalkozást, annak kereskedelmi gyakorlatát vagy termékét valamely közigazgatási hatóság, közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv vagy erre feljogosított magánjogi jogi személy engedélyezte, jóváhagyta vagy elismerte, vagy ilyen állítás az engedélyezési, jóváhagyási, illetve elismerési feltételeknek való megfelelés nélkül.

**A Magyar Kereskedelmi és Iparkamara és a területi kereskedelmi és iparkamarák
ETIKAI KÓDEXE**

Jogszabályi rendelkezés

27. § Etikátlan, ha a vállalkozó különösen kedvező, alkalmi vásárlási lehetőség hamis látszatát kelti, az árengedményt nem a korábban ténylegesen érvényesített árhoz méri, az árukészlet korlátozottságára való hivatkozással a szerződéskötést sürgeti.

Fttv.

Melléklet 7. A fogyasztó azonnali döntéshozatalra késztetése céljából annak valótlan állítása, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, vagy bizonyos feltételek mellett csak nagyon korlátozott ideig áll rendelkezésre, és ezáltal a fogyasztó megfosztása a tájékozott döntéshez szükséges időtől és alkalomtól.

29. § Tisztességtelen, ha a fogyasztót olyan mellékkötelezettségekre kötelezik – pl. adatszolgáltatás, - amelynek elmulasztása esetén fizetés ellenére is elveszíti jogait.

Fttv.

3. § (1) Tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

30. § Tisztességtelen, ha a fogyasztó számára valamely egyébként meg nem rendelt, vagy korábban térítésmentesen nyújtott szolgáltatás le nem mondásával keletkeztetnek kötelezettséget, illetve ésszerűtlenül rövid határidőt adnak nyilatkozat adására.

Fttv.

Melléklet 21. A reklámanyagban számla vagy más hasonló, fizetési felszólítást tartalmazó dokumentum küldése azt a hamis benyomást keltve a fogyasztóban, hogy már megrendelte a reklámozott árut.

Melléklet 29. Azonnali vagy halasztott fizetés követelése a vállalkozás által szállított vagy nyújtott termékért, illetve a termék visszaszolgáltatásának vagy megőrzésének követelése, ha azt a fogyasztó nem rendelte meg (nem kért értékesítés), kivéve, ha a szerződésnek megfelelő helyettesítő áruval van szó.

31. § Korlátozott helyre történő rendelésvétel esetén az a tisztességes eljárás, ha – pl. utazási szolgáltatások esetén, amennyiben túlfoglalással történik a szervezés, ennek tényét előre, egyértelműen közlik valamennyi fogyasztóval.

472/2017. (XII. 28.) Korm. rendelet az utazási szolgáltatásokra vonatkozó szerződésekről, különösen az utazási csomagra és az utazási szolgáltatássegüttesre vonatkozó szerződésekről

31. § (1) A vállalkozó felel a foglalási rendszer ellenőrzési körében bekövetkezett technikai hibákért, valamint – ha utazási szolgáltatássegüttes részét képező utazási szolgáltatások foglalását is vállalta – a foglalás során elkövetett hibákért.

AZ MKIK ÉS A TERÜLETI KERESKEDELMI ÉS IPARKAMARÁK ETIKAI KÓDEXÉNEK FELÜLVIZSGÁLATA

- **Irányok:**
- A hatályos jogi szabályozással való összhang megteremtése, a jogszabályban rögzített rendelkezések elhagyása
- Szakspecifikus fogyasztóvédelmi követelmények meghatározása