

Az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT) észrevételei a GVH

„A fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló közlemény” tervezetével ("Közleménytervezet") kapcsolatban

Az ÖRT köszöni a lehetőséget, hogy a Közleménytervezet véleményezésére lehetőséget biztosított a T. Gazdasági Versenyhivatal.

Az Önszabályozó Reklám Testület elkötelezett a fogyasztók védelme és a tisztességes verseny iránt, és nagyra értékeli a GVH ezirányú elkötelezett tevékenységét. A megelőzés érdekében fontosnak tartjuk a bírság mértékének meghatározásakor követett szempontok megfogalmazását, mert meggyőződésünk, hogy ez segíti a reklámozók megfelelés iránti elkötelezettségét.

Megjegyezzük ugyanakkor, hogy a preventív, elrettentő jellegű bírságolás szükségességéről írt indoklásukban a Kúria ítéletére és az Uniós versenyjogi biztosra történő hivatkozások is a kartellek és nem a fogyasztói ügyek területén tett hitet a bírságok megerősítésének szükségszerűségéről.

Észrevételeinket a Tervezet pontjai szerinti sorrendben fogalmazzuk meg.

A 27. pontban a sérülékeny fogyasztói kör megfogalmazásakor az egészségügyi problémákkal és túlsúllyal küszködőket nevesítik. Álláspontunk szerint az elhízás egészségügyi szempontra történő utalása (amennyiben az valós indokkal történik) az elhízást egészségügyi problémaként valóban a sérülékeny fogyasztók közé emeli, amelyet az „egészségügyi probléma” kifejezés lefed, ám a testkép miatti elhízás kiemelése és ezen ok miatt az érzékeny fogyasztók közé emelése indokolatlan.

Ellentmondást vélünk felfedezni a 34. és 35. pont között. A 34. pontban a kereskedelmi gyakorlat intenzitásának pontosításakor a „vizsgált jogsértő gyakorlat huzamosabb ideig tartott (az adott piacon szokásos kampányidőszakokat meghaladóan)” megfogalmazás figyelembe veszi a piaci szokásokat, míg a 35. pont az „akár több hetes időtartam”-ot említi mint súlyosbító tényezőt. A kampányok több hetes időtartama a piaci szokásnak megfelel, így a 35. pont ellenkezik a fentebb megfogalmazott 34. ponttal.

Súlyosan aggályosnak tartjuk a 40. pontban megfogalmazott, súlyosbító tényezőként megnevezett szempontot, amely szerint „e körben értékeli a GVH például, ha a jogsértést az eljárást követően is folytatta” a vállalkozás. Az eljárás megindítása önmagában nem jelenti, hogy a reklámozó jogsértően

járt volna el, ezt a Versenytanácsi határozat állapítja meg, így a kampány megszüntetése indokolatlan lehet. Súlyosbító tényezőként kezelése akár versenyeszközzé válhat, hiszen panasz (bejelentés) és eljárás indítás esetén a kampány felfüggesztése indokolatlan, egyoldalú előnyhöz juttathatja a versenytársat. Meggyőződésünk, hogy ez a súlyosbító tényező a tisztességes, a kampány indítását kellő gonddal előkészítő reklámozókat indokolatlan hátrányba hozná. Megjegyezzük, hogy a compliance programot a tervezet szerint enyhítő körülményként veszi figyelembe, így a két szempont egymásnak némileg ellentmond.

Megfontolásra javasoljuk a 41. pontban a megfelelési program megsértés súlyosbító körülményként való figyelembe vételének pontosítását, árnyalását. Értjük, és egyetértünk azzal, hogy a program léte önmagában ne lehessen kibúvó, ugyanakkor egyes esetben – például sürgősségi kampányindítás a versenytársra való gyors reagálás igénye – a megfelelési program akár többlépcsős folyamatától való eltérést eredményezheti. Súlyosbító körülményként megfogalmazott szempont hátrányba hozhatja azokat a cégeket, amelyek elkötelezettek a felelős reklámozás iránt, azokkal szemben, akik e téren nem tettek általános erőfeszítést. Elfogadjuk, hogy önmagában a program léte pozitív elbírálást nem kap, de nem értünk azzal egyet, hogy a passzív cégekkel szemben hátrányos megkülönböztetés alapján képezze.

Elfogadjuk és egyetértünk a folyamatosan, és konzekvensen tisztességtelen vállalkozások jogsértő gyakorlata megállítására vonatkozó szándékkal. Az 56. pontban megfogalmazott elévülési idő 15 évben történt meghatározását azonban súlyosan aggályosnak tartjuk. Ismereteink szerint a piacon tisztességtelenül működő, a piacot rövid távon letarolni szándékozó vállalkozások jogutód nélküli megszűnése miatt ezen cégek számára a 15 éves elévülési idő nem releváns. Meggyőződésünk ugyanakkor, hogy ez a piacon hosszú távon működő – és ennek érdekében a fogyasztói bizalom megtartásában és a tisztességes kommunikációban érdekelt - cégeket hozza hátrányos helyzetbe. Különösen aggályos az elévülési idő az 54. pont tükrében, amely szerint a törvényi tényállás azonossága nem szükséges.

Megfontolásra javasoljuk a bírságok elrettentő ereje szempontjának elvetését, amelyet a 60. pontban fogalmaztak meg. Úgy véljük, hogy célszerű, ha a bírság kiszabásának szempontja egyértelműen a fogyasztó védelme és a tisztességes verseny alapvető szempontjai mentén alakul ki.

Az Önszabályozó Reklám Testület üdvözli az előzetes megfelelés szempontjainak (74.-80.) megfogalmazását. Meggyőződésünk, hogy a vállalkozások számára a fogyasztó bizalmának elnyerése és megtartása üzleti érdek, amelyhez a tisztességes kommunikáció hozzásegíti őket. A megfelelési szándék és gyakorlat a megelőzés fontossága miatt a fogyasztó védelmének kiemelkedő

