



Pázmány Law Working Papers

2015/20

Láncos Petra Lea

**Minek nevezzelek? – Az Index
terméktesztjeinek besorolása**

Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Pázmány Péter Catholic University Budapest
<http://www.plwp.jak.ppke.hu/>

Minek nevezzetek? – Az Index terméktesztjeinek besorolása¹

Láncos Petra Lea²

A független felhasználók által készített és terjesztett terméktesztek és a kipróbált termékekkel kapcsolatban szerzett tapasztalatok megosztása igen hasznosnak bizonyulhat az egyes termék kategóriák közötti fogyasztói választás megalapozásában. Számos fogyasztó szívesen hagyatkozik az „objektív harmadik fél” által megfogalmazott termékértékelésekre, mert abban bízik, hogy az értékelő minden gazdasági érdektől mentesen kívánja segíteni a többi fogyasztó tájékozódását egy adott termékpiacon.

Az Index nevű elektronikus újság rendszeresen közöl termékteszteket Dívány című rovatában, melyek keretében adott áru fajtákat hasonlít össze különböző szempontok, így például ár, fajlagos ár vagy élvezeti érték alapján. Ennek keretében az adott áru fajta nevét és gyártóját is megjelöli, továbbá adatokat közöl arról is, hol lehet megvásárolni a kérdéses termékeket.

1. ábra: „Tudja, hol vegyen utángyártott túrórudit és tejszeletet?” összehasonlítás

Összesítés, avagy, hol éri meg tehát a legjobban ezeket a desszerteket vásárolni:

Íme az üzletek csoportosítva – összegzett fajlagos ár szerint, növekvő sorrendben	Ár összesen (forint)	Fajlagos ár összesen (forint/1000 g)
Tesco	93	3468,85
Penny	114	3800
Aldi (túró desszert 5x28 g)	388	4208,33
Auchan	156	4234,59
Interspar	138	4600
Lidl (túró desszert 5x30 g)	308	5219,6

szerző: Becca (2014.05.01.) http://divany.hu/shopaholic/2014/05/01/turo_rudi_tejszelet/

1. ábra: „Teszt: mi lenne, ha még tej is lenne a tejszeletben?” összehasonlítás

Termék neve	Ár (forint)	Fajlagos ár (Ft/kg)	Pont (max. 35)	Itt vettük
Kinder tejszelet	115	4107	23,5	Tesco
Dancing cow milk snack	105	3088	20,5	Auchan
Zott monte snack	115	3966	20,5	Tesco
Milfina milk snack (öbbs van egy csomagban)	349	2492	20	Aldi
Creamfields milk snack	89	2966	19	Tesco
Sissy tejes-kakaós szelet	75	2500	18,5	Penny Market

¹ Köszönettel tartozom Szikora Tamásnak az útmutatásért.

² Kutató, NMHH Médiatudományi Intézet.

Pilos milk break (több van egy csomagban)	279	2491	16	Lidl
Surfy snack	99	3535	13	Auchan
Pöttyös tejsüti	109	3893	12	Tesco
Milkland tejsnack	89	2966	5	Tesco

szerző: Tuna Judit (2015.10.26.)

http://divany.hu/alapkonyha/2015/10/26/teszt_mi_lenne_ha_meg_tej_is_lenne_a_tejszeletben/

Az Index nem jelöli meg hirdetésként ezeket a termékteszteket, ezzel együtt a közzétett terméktesztek erősen emlékeztetnek bizonyos reklámfajtákra, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra. De vajon melyik tiltott kategória alá esnek az Index terméktesztjei?

A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv³ szerint összehasonlító reklám „minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat.” Az irányelv bizonyos feltételekkel lehetővé teszi az összehasonlító reklámok közzétételét. Az irányelv 2. cikkének c) pontja szerint összehasonlító reklámnak minősül „minden olyan reklám, amely közvetlenül vagy közvetve felismerhetővé tesz valamely versenytársat, vagy a versenytárs által kínált árukat vagy szolgáltatásokat”. Az Index által közölt utángyártott túrórudi és tejszelet összehasonlítás nevesíti mind a versenytársakat (hipermarketek), mind pedig az általuk kínált árukat.

Az Európai Bíróság C-44/01. számú ügyben hozott ítélete alapján nem tilos a versenytársak áruinak áralapú összehasonlítása, hiszen ez jelenti az összehasonlítás legtermészetesebb módját és az önmagában nem rontja a versenytárs hírére.⁴ Sőt, miként arra a 2006/114/EK irányelv (8) preambulumbekzdése is rámutatott, az összehasonlító reklám, „amennyiben jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságokat hasonlít össze és nem megtévesztő, megbízható eszköz lehet arra nézve, hogy tájékoztassa a fogyasztókat a fogyasztók előnyére.”

Ezzel együtt a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló új 2006/114/EK irányelv 4. cikke szerint „az összehasonlító reklám a következő feltételek teljesülése esetén megengedett”:

- a) (...) nem megtévesztő;
- b) azonos szükségleteket kielégítő vagy azonos rendeltetésű árukat vagy szolgáltatásokat hasonlít össze;
- c) tárgyilagosan hasonlítja össze ezen áruk és szolgáltatások egy vagy több jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságát, amelybe az ár is beletartozhat;
- d) *nem rontja vagy becsmérli valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének, más megkülönböztető jelzéseinek, áruinak, szolgáltatásainak, tevékenységeinek vagy körülményeinek a hírére;*

³ A megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló, 2006. december 12-i 2006/114/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (HL L 376., 21. o.).

⁴ 80. pont.

Az Index Tuna Judit: Teszt: mi lenne, ha még tej is lenne a tejszeletben?⁵ című írásában a Milkland tejsnack termékével kapcsolatban például az alábbiakat írja: „Bárcsak ne kellett volna megkóstolni ezt a terméket! Szinte alig érezni a krémet ami benne van, annyira elnyomja a piskóta förtelmes íze - ha egyáltalán van valami íze a masszának benne. Többeket kirázott a hideg amikor megkóstolták, ön ne tegye, de ha mégis, akkor már az Auchanban vegye meg, ott ugyanis jóval olcsóbb, mint a Tescóban. Természetesen igazi csokoládét soha nem látott - ahogyan a többi termék sem a teszten - tej alig észrevehetően van benne, de nyilván ez kit érdekel, hiszen ez csak egy tejsnack(lol). Jó vicc. Van benne minden, mi egy vegyésznek maga a mennyország, mi ezt a terméket viszont inkább elfelejtjük.”

- e) eredetmegjelöléssel rendelkező termékeknél minden esetben azonos megjelölésű termékekre vonatkozik;
- f) nem használja ki tisztességtelen módon valamely versenytárs védjegyének, kereskedelmi nevének vagy egyéb megkülönböztető jelzéseinek vagy a versenytárs termékek eredetmegjelölésének a hírnevét;
- g) *az árut vagy szolgáltatást nem egy védett védjeggyel vagy védett kereskedelmi névvel ellátott áru vagy szolgáltatás utánezataként vagy másolataként mutatja be;*

Becca Tudja, hol vegyen utángyártott túrórudit és tejszeletet? című írása szerint „ittthon a Pöttyös Túró Rudi neve fogalom, és miután ez „az igazi” retróédességként is befutott, megindult a hasonló túródesszertek utángyártásának korszaka”.

- h) nem idézi elő a piacon a kereskedőknek, a reklámozónak és versenytársának, vagy a reklámozó és versenytársa védjegyének, kereskedelmi nevének, egyéb megkülönböztető jelzéseinek, áruinak vagy szolgáltatásainak az összetévesztését.

Az „összehasonlító reklám megfelelőségi feltételei konjunktívak, azok tehát együttesen alkalmazandók, és összességükben kell őket figyelembe venni”.⁶ A fentiek alapján az Index egyes terméktesztjei nem felelnek meg az összehasonlító reklám konjunktív feltételeinek, hiszen például az utángyártott túrórudikat a Pöttyös Túró Rudi utánezataként jeleníti meg. A tejszelet tesztben írottak ugyan becsmérlik egyes gyártók áruit, de kérdésként merülhet fel, hogy a „versenytárs” itt az összehasonlító reklám közzetevőjének versenytársát, vagy az összehasonlított termékek gyártóinak versenytársát jelenti. Mivel az összehasonlításra az egymással versenyben lévő termékek között kerül sor, a „versenytárs” egyértelműen az összehasonlítással érintett termékek gyártóinak versenytársait jelöli.

Az irányelv I. Mellékletének 11. pontja alapján minden körülmény között tisztességtelennek minősülő kereskedelmi gyakorlatnak minősül „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.” Az Index terméktesztjei szerkesztői tartalomnak tekinthetők, ám az újság arról nem közöl információt, hogy valamely gyártó vagy szupermarket finanszírozta volna a teszt megszervezését vagy közzétételét. Amennyiben az összehasonlított áruk

⁵ http://divany.hu/alapkonyha/2015/10/26/teszt_mi_lenne_ha_meg_tej_is_lenne_a_tejszeletben/

⁶ Pázmándi Kinga: A reklám a tisztességtelen verseny elleni jog és a modern reklámjog határán – Különös tekintettel az összehasonlító reklámra vonatkozó szabályozási megoldások európai uniós összefüggéseire. Doktori értekezés (2005) 63. o.

http://midra.uni-miskolc.hu/JaDoX_Portlets/documents/document_5689_section_1087.pdf

kereskedői nem fizettek az újságnak a reklámért, az Index terméktesztjei független közlésnek minősülhetnek.

Habár az elektronikus kereskedelemről szóló 2000/31/EK irányelv preambulumbekzdése szerint önmagukban nem minősülnek kereskedelmi tájékoztatásnak „a vállalkozás, szervezet vagy személy áruival (...) kapcsolatos független közlések, különösen, ha anyagi ellenszolgáltatás nem vonnak maguk után”, az Európai Bíróság a C-657/11 ügyben⁷ a megtévesztő reklámról szóló, (azóta hatályát vesztt) 84/450 irányelvvel⁸ kapcsolatban kimondta, hogy „bizonyos információk és közlések kizárása a kereskedelmi tájékoztatás fogalmából semmiképpen nem jelenti azt, hogy ezen információk és közlések ki lennének zárva a 84/450 irányelv 2. cikkének (1) pontja, illetve a 2006/114 irányelv 2. cikkének a) pontja szerinti „reklám” fogalmából is, tekintve, hogy ez utóbbi fogalom meghatározása értelmében az kifejezetten magában foglal bármilyen formájú közlést.”⁹

Az Európai Bizottság tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló 2005/29/EK irányelvhez¹⁰ készült iránymutatása alapján ugyan üzemeltethető „független árösszehasonlító weboldal”, ugyanakkor ilyen esetben az oldal látogatóit tájékoztatni kell az összehasonlítás során alkalmazott módszertanról, valamint a kereskedőkhöz fűződő szerződéses kötelekekről.¹¹ Az idézett terméktesztek esetében ezt az Index elmulasztotta megtenni.

Mindezek alapján az Index említett terméktesztjei tekinthetők ugyan független közlésnek, ezzel együtt azok továbbra is reklámnak, azon belül is olyan összehasonlító reklámoknak minősülnek, melyek nem felelnek meg a megengedett összehasonlító reklám 2006/114/EK irányelv 4. cikke szerinti feltételeknek, azaz jogsértőek. Az összehasonlító reklámozásra vonatkozó szabályok megsértéséért a reklám közzétevője az esetleges reklámozóval és reklámszolgáltatóval egyetemlegesen felelős az okozott kárért.¹² Ennek megfelelően, amennyiben bebizonyosodik, hogy az érintett cégek megbízásából készültek a terméktesztek, az Index, mint a reklám közzétevője és a fenti társaságok, mint reklámozók, együttesen felelnek. Amennyiben az Index semmilyen megbízást nem kapott a reklám közzétételéért, egyedül felel a jogsértő összehasonlító reklámok megjelentetéséért.

⁷ Az Európai Bíróság a C-657/11. számú, Belgian Electronic Sorting Technology NV kontra Bert Peelaers és Visys NV-ügyben 2013. március 21-én hozott ítélete (EBHT-ban még nem tették közzé).

⁸ A Tanács 1984. szeptember 10-i 84/450/EGK irányelve a megtévesztő reklámra vonatkozó tagállami törvényi, rendeleti és közigazgatási rendelkezések közelítéséről.

⁹ Az Európai Bíróság a C-657/11. számú, Belgian Electronic Sorting Technology NV kontra Bert Peelaers és Visys NV-ügyben 2013. március 21-én hozott ítélete (EBHT-ban még nem tették közzé); 50. pont.

¹⁰ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004 európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról („Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról).

¹¹ Commission Staff Working Document – Guidance on the Implementation/Application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices, Brussels, 3 December 2009 SEC(2009) 1666, 8. o.

¹² 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól: 23. cikk (1) bekezdés.