

• Nagy Csongor István •

A FOGYASZTÓKKAL SZEMBENI TISZTESSÉGTelen KERESKEDELMI GYAKORLATOT ÉRINTŐ VÁLLALATI ÖNSZABÁLYOZÁS PERSPEKTÍVÁI*

A tanulmány az önszabályozás lehetőségeit vizsgálja a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat területén. Elemzi, hogy az európai és magyar szabályozás keretében mennyiben, illetve milyen feltételek esetén tekinthető társadalmilag hasznosnak a vállalkozások magánszabályozása. A szakirodalom eredményei, valamint az európai gyakorlat alapján bemutatja azokat a külső és belső feltételeket, amelyek esetén az önszabályozás hatékonyan működhet, ezáltal segítve elő az önszabályozásra alkalmas helyzetek és problémák azonosítását, valamint meghatározva a hatásos önszabályozási mechanizmusok kialakításának módszertanát.

BEVEZETÉS

A tanulmány a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában elemzi az önszabályozás lehetőségeit és perspektíváit. Azt vizsgálja, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával kapcsolatos szabályozáson belül a vállalkozások magánszabályozása mennyiben, illetve milyen feltételek esetén tekinthető társadalmilag hasznosnak. Az összegzésben – a szakirodalom eredményei és az európai minták alapján – meghatározzuk azokat a külső és belső feltételeket, amelyek esetén az önszabályozás hatékonyan működhet, ezáltal elősegítve az önszabályozásra alkalmas helyzetek és problémák azonosítását (önszabályozás külső feltételei), valamint meghatározva a hatásos önszabályozási mechanizmusok kialakításának módszertanát (önszabályozás belső feltételei).

A vizsgálat tárgyának pontos meghatározásakor hangsúlyoznunk kell, hogy a jelen tanulmány két szempontból sem vállalkozik az önszabályozás jelenségének átfogó vizsgálatára. Egyrészt, az önszabályozás csak egy, tárgyilag lehatárolt esetkörével, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával kapcsolatos önszabályozással foglalkozik. Másrészt, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával kapcsolatos európai szabályozás megközelítésé-

.....
* A tanulmány a Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja támogatásával készült.

ből fakadóan az önszabályozásnak azt az esetét vizsgálja, amikor az csupán állami szabályozást kiegészítő (és nem azt helyettesítő) funkciót tölt be.

A következőkben rövid fogalmi alapozás után – elsősorban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban – az önszabályozás szabályozási hátterét és európai uniós jogi helyzetét ismertetjük. Ezt követően az önszabályozás előnyeit és hátrányait (lehetséges kockázatait) elemezzük, majd megvizsgáljuk annak külső és belső feltételeit (milyen esetekben motiváltak megfelelően a vállalkozások arra, hogy önszabályozást valósítsanak meg, milyen követelményeknek kell megfelelnie az önszabályozási mechanizmusnak ahhoz, hogy hatásos legyen). Végül összegezzük a hatásos önszabályozás külső és belső feltételrendszerét.

FOGALMI ALAPOK – ÁLLAMI SZABÁLYOZÁS, TÁRSSZABÁLYOZÁS, ÖNSZABÁLYOZÁS

Ebben a tanulmányban az *önszabályozás* kifejezést tág értelemben használjuk, amely átfogja a vállalkozások általi magán-szabályalkotás különböző formáit, attól függetlenül, hogy azokat az állami szabályozás előírja, támogatja, illetve annak jogi státust biztosít-e.¹

Az állami szabályozással szembeállítható *magánszabályozás* (szabályalkotás) két *alesete* különböztethető meg egymástól: a társszabályozás és az önszabályozás.² A két kategória azonban adott esetben nehezen határolható el egymástól, illetve az ezek közötti határvonal bizonytalan lehet (*EASA* [2006] 9. o., *van der Zeijden–van der Horst* [2008]. 17. o., *Lex Fori ...* [2001] I.1.1. fejezet, *Gunningham–Rees* [1997] 365–366. o.).

Az Európai Parlament, az Európai Unió Tanácsa és az Európai Bizottság között 2003-ban létrejött intézményközi megállapodás a jogalkotás javításáról (*Interinstitutional Agreement on better law-making*) a következők szerint határolja el egymástól a társszabályozást és az önszabályozást (*EP–EC* [2003]).

Társszabályozásról (*co-regulation*) akkor beszélünk, ha a jogalkotó az adott területen elismert feleket (gazdasági vállalkozások, társadalmi partnerek, nem kormányzati szervezetek, egyesületek) az általa meghatározott célok elérésével megbízza. Ez a mechanizmus alkalmas lehet arra, hogy a szabályozást az adott gazdasági szektor, iparág problémáihoz és jellemzőihez igazítsa, csökkentse a jogalkotó terheit, és felhasználja a felek tapasztalatait (*EP–EC* [2003] 18. pont).

¹ Negatív értelemben az önszabályozás nem állami szabályozásként is meghatározható (lásd *Dixon* [1968], *Page* [1986] 144. o., lásd továbbá *Black* [1996] 27. o.)

² *Black* [1996] az állami részvétel intenzitása alapján megkülönbözteti egymástól a felhatalmazáson alapuló (*mandated*), a jóváhagyott (*sanctioned*) és a kikényszerített (*coerced*), valamint az önkéntes, állami részvételtől mentes (*voluntary self-regulation*) önszabályozást (27. o.).

Az önszabályozás (*self-regulation*) a gazdasági vállalkozások, társadalmi partnerek, nem-kormányzati szervezetek, egyesületek azon lehetőségét foglalja magában, hogy egymás között és saját maguk számára (európai szinten) közös iránymutatásokat (így különösen magatartási kódexeket vagy iparági megállapodásokat) fogadjanak el. Ebben az esetben nem előfeltétel az uniós intézmények állásfoglalása (*EP–EC* [2003] 22. pont).

A társszabályozás az állami és nem állami szabályozás komponenseiből áll össze; magában foglalja a vállalkozások közötti együttműködésen alapuló önszabályozást és az állami szabályozást, amelyek kölcsönösen erősítik egymást (*van der Zeijden–van der Horst* [2008] 15. o.).

A *Fehér könyv az európai kormányzásról* (*EC* [2001a]) értelmében a társszabályozás fogalmi eleme, hogy a jog rögzíti az átfogó célok, az alapvető jogok, a végrehajtási, illetve a jogorvoslati mechanizmusok, valamint a megfelelés ellenőrzésére vonatkozó feltételek keretét.

A fentivel szemben az Egyesült Királyság versenyhivatalának (*Office of Fair Trading, OFT*) 2009. évi szakpolitikai állásfoglalása (*Policy Statement*) az önszabályozás szerepéről az OFT fogyasztóvédő tevékenységében az önszabályozás fogalmát tágabban fogja fel. Ennek értelmében az önszabályozás az adott iparágba tartozó vállalkozások csoportjának kezdeményezése magatartásuk módosítására a minőségi standardok növelése érdekében. Ebben a vonatkozásban a „minőségi standard” kifejezést tágan kell értelmezni, amely a fogyasztói tapasztalat egészére vonatkozik, és magában foglalja a termék vagy szolgáltatás minőségét, az ügyfélszolgálatot, a közölt információt és az értékesítést követő tevékenységet (*OFT* [2009b] 4. o.).

Ugyancsak tágabb meghatározást használ a *European Advertising Standards Alliance* (EASA): „Az önszabályozás egy olyan rendszer, amelynek révén a reklámpiar aktívan rendszabályozza saját magát. Az iparág három része – a reklámozók, akik a reklámért fizetnek, a reklámügynökségek, amelyek felelősek annak formájáért és tartalmáért, és a média, amely a reklámokat közli – együttműködik annak érdekében, hogy reklámstandardokban állapodjanak meg, és hogy egy olyan rendszert hozzanak létre, amely biztosítja: azokat a reklámokat, amelyek nem felelnek meg ezeknek a standardoknak, gyorsan korrigálják vagy eltávolítják.” (*EASA* [2003] 5. o.)

Mivel tanulmányunk szempontjából nem szükséges egymástól elhatárolni a két magánszabályozási változatot (az önszabályozást és a társszabályozást), valamint a vizsgálat tárgya – köszönhetően a tételes jogi kötődésnek – ennek hiányában is beazonosítható, az önszabályozás kifejezést tág értelemben, a magánszabályozás szinonimájaként használjuk.³ Ennek érdekében az *önszabályozás két szempontja* különböztethető meg.⁴

³ Az önszabályozás további kategorizálásával kapcsolatban lásd *Lex Fori ...* [2001] I.1.2. fejezet. *Baarsma és szerzőtársai* [2003].

⁴ *EASA* [2003] 7. o., vö. *Campbell* [1999] az önszabályozási tevékenységet három esetkörre osztja: jogalkotás, végrehajtás, ítélkezés (714–715. o.).

Egyrészt, az önszabályozás lehetővé teszi a vállalkozások számára, hogy „*anyagi jogi*” szabályokat állapítsanak meg. Ez általánosságban vonatkozhat jogilag nem szabályozott kérdésekre, azonban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma területén ez a funkció elsősorban a jogi szabályozásnak az iparági sajátosságokhoz való igazítását jelenti. Tartalmi szempontból az önszabályozás viszonya a jogi szabályozáshoz kétféle megközelítésben írható le. Az előzőkben kifejtetteknek megfelelően, az önszabályozás lehetőséget teremt az általános jogi normáknak az adott iparági sajátosságokhoz történő igazításához. Emellett az önszabályozási kódexek célja lehet vagy a jogi szabályozásnak való megfelelés elérése (amely esetben konkrét formában, de a jogi előírásokat reprodukálják), vagy a jogi védelmi szintnél magasabb szintű védelem biztosítása (*OFT* [2009b] 5. o.).

Másrészt, az önszabályozás egyúttal *szabályérvényesítési mechanizmus* is. Ebből következően az önszabályozás akkor is hasznos lehet a társadalom szempontjából, ha nélkülözi a jogi szabályozástól eltérő, azt konkretizáló vagy adaptáló rendelkezéseket. Az alternatív (párhuzamos, magán-) szabályérvényesítés tehermentesítheti a jogalkalmazó szerveket, az állami jogérvényesítésnél adott esetben gyorsabb, hatékonyabb lehet.

SZABÁLYOZÁSI HELYZETKÉP ÉS HÁTTÉR

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával kapcsolatos szabályozás mind az uniós szintű szabályozásban, mind annak magyar átültetésében *kifejezetten elismeri és jogi státussal ruházza fel az önszabályozást*. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmával kapcsolatos jogi rezsim az önszabályozásnak a jogi (állami) szabályozást kiegészítő, azt erősítő szerepet szán, azonban több ponton védelemben is részesíti az önszabályozás keretében kidolgozott magatartási kódexeket.

Érdemes utalni arra, hogy *az uniós jogban az ön-, illetve a társszabályozás relevanciája nem szűkíthető le a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat területére*. A már hivatkozott, az Európai Parlament, az Európai Unió Tanácsa és az Európai Bizottság között 2003-ban létrejött intézményközi megállapodás a jogalkotás javításáról kifejezetten elismeri az alternatív szabályozási mechanizmusok jelentőségét és szükségességét. Ennek értelmében: az Európai Bizottság biztosítja, hogy a társ- és önszabályozás érvényesülése összhangban legyen az uniós joggal, megfeleljen az átláthatóság és a reprezentativitás elvének, és a közérdek számára hasznos legyen (*EP–EC* [2003] 16–23. pont).

Ezzel a szabályozási megközelítéssel összhangban több uniós jogi aktus jogi státust ad az önszabályozásnak (*Schiek* [2007] 457–460. o.). Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv értelmében

- ♦ „[a] tagállamoknak és a Bizottságnak ösztönözniük kell a médiaszolgáltatókat arra, hogy magatartási kódexeket dolgozzanak ki az olyan élelmiszerekre és italokra vonatkozó, gyermekműsorokat kísérő vagy azokban foglalt, nem megfelelő audiovizuális kereskedelmi közleményeket illetően, amelyek olyan táplálkozási vagy élettani hatással bíró tápanyagokat és egyéb anyagokat tartalmaznak, különösen zsírt, transz-zsírsvavat, sót/nátriumot és cukrokat, amelyeknek túlzott mértékű bevitele a teljes étrendben nem ajánlott.” (*Európai Parlament és Tanács* [2010] 9. cikk 2. bekezdés.)

A személyes adatok feldolgozása vonatkozásában az egyének védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról szóló irányelv (*Európai Parlament és Tanács* [1995]) 27. cikke értelmében

- ♦ „[a] tagállamok rendelkeznek arról, hogy az országos szabályzattervezetet kidolgozó, vagy a meglévő országos szabályzatot módosítani, vagy bővíteni szándékozó szakmai szövetségek és az egyéb adatkezelőket képviselő más szervek ezeket véleményezésre előterjeszthessék a nemzeti hatóságnak. A tagállamok rendelkeznek arról, hogy ez a hatóság állapítsa meg, többek között, hogy az elé terjesztett tervezetek összhangban vannak-e az ezen irányelvnek megfelelően elfogadott nemzeti rendelkezésekkel. A hatóság, amennyiben ezt szükségesnek tartja, kikérheti az érintettek vagy azok képviselőinek véleményét. ... A közösségi szabályzattervezetek, továbbá a meglévő közösségi szabályzatok módosításai és bővítései a 29. cikkben említett munkacsoport elé terjeszthetők. A munkacsoport, többek között, meghatározza, hogy az elé terjesztett tervezetek összhangban vannak-e az irányelvnek megfelelően elfogadott nemzeti rendelkezésekkel. A hatóság, amennyiben ezt szükségesnek tartja, kikérheti az érintettek vagy azok képviselőinek véleményét. A munkacsoport által jóváhagyott szabályzatok számára a Bizottság megfelelő nyilvánosságot biztosíthat.” (I. m. 27. cikk 2–3. bekezdés.)

Az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv (*Európai Parlament és Tanács* [2000]) 16. cikke kifejezetten foglalkozik a magatartási kódexekkel. Ennek értelmében

- ♦ „[a] tagállamok és a Bizottság ösztönzik, hogy: *a*) szakmai és fogyasztói szövetségek vagy szervezetek közösségi szintű magatartási kódexeket dolgozzanak ki, amelyek célja, hogy hozzájáruljanak az 5–15. cikk megfelelő végrehajtásához; *b*) a nemzeti vagy közösségi szintű magatartási kódexek tervezeteinek a Bizottsághoz történő önkéntes továbbítása megtörténjen; *c*) ezek a magatartási kódexek elektronikus úton hozzáférhetőek legyenek a Közösség nyelvein; *d*) a szakmai és a fogyasztói szövetségek, illetve szervezetek közöljék a tagállamokkal és a Bizottsággal, hogy hogyan értékeli magatartási kódexeik alkalmazását és az elektronikus kereskedelemmel kapcsolatos gyakorlatokra és szokásokra tett hatását; *e*) a kiskorúak és az emberi méltóság védelmére vonatkozó magatartási kódexek kidolgozására kerüljön sor.” (I. m. 16. cikk 1. bekezdés.)

Az irányelv 16. cikkének 2. bekezdése hangsúlyozza a fogyasztók részvételének szükségességét a magatartási kódexek kidolgozásában

- ♦ „[a] tagállamok és a Bizottság ösztönzik a fogyasztókat képviselő szövetségek, illetve szervezetek bevonását az érdekeiket érintő és a (...) [fentiek szerint] készülő magatartási kódexek kidolgozásába és alkalmazásába. Szükség szerint konzultálni kell a látásukban korlátozott személyeket és általában a fogyatékkal élő személyeket képviselő szervezetekkel, e személyek különleges szükségleteik figyelembevétele érdekében.” (I. m. 16. cikk 2. bekezdés.)

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv elismert szerepet szán a vállalkozások általi önszabályozásnak (*Európai Parlament és Tanács* [2005]). Az irányelv 20. preambulum bekezdése értelmében „[h]elyénvaló lehetőséget teremteni a magatartási kódexek számára, amelyek segítségével a kereskedők hatékonyan alkalmazhatják ezen irányelv alapelveit egyes gazdasági területeken”, és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat felszámolására irányuló önszabályozási mechanizmusok tehermentesíthetik az állami jogérvényesítést, ezért indokolt azokat ösztönözni. Az irányelv 20. preambulum bekezdése tükrözi az önszabályozás mindekét előnyét: lehetővé teszi a generálklauzulák konkretizálását az adott iparág sajátosságaival összhangban, és tehermentesíti az állami jogérvényesítést (lásd *De Groot–De Vulder* [2007] 37. o.).

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerint

- ♦ „[a] »magatartási kódex« az a megállapodás vagy – nem tagállami törvény, rendelet vagy közigazgatási rendelkezés által előírt – szabályegyettes, amely meghatározza azon kereskedők magatartását, akik egy vagy több sajátos kereskedelmi gyakorlat vagy üzletág vonatkozásában e kódexet magukra nézve kötelezőnek ismerik el.” (*Európai Parlament és Tanács* [2005] 2. cikk f pontja.)

Az irányelv III. fejezete szól a magatartási kódexekről. Ennek értelmében

- ♦ „az irányelv nem zárja ki azt, hogy – a tagállamok esetleges ösztönzésére – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat a magatartási kódexek felelősei ellenőrizzék, valamint hogy a 11. cikkben említett [jogérvényesítési eljárás kezdeményezésére jogosult] személyek vagy szervezetek az ilyen testületekhez forduljanak, amennyiben az ilyen testületek előtti eljárások a szóban forgó cikkben említett bírósági vagy közigazgatási hatósági eljárások mellett rendelkezésre állnak.” (I. m. 10. cikk.)

Az irányelv fenti rendelkezéséből kitűnik, de az irányelv kifejezetten ki is mondja, hogy az önszabályozási mechanizmusok *csak kiegészíthetik, azonban semmi esetre sem pótolhatják az állami jogérvényesítést* (lásd *De Groot–De Vulder* [2007] 38. o.), az önszabályozási mechanizmus igénybevétele „soha nem tekinthető a bíróság vagy

közgazgatási hatóság előtti – 11. cikk szerinti – jogorvoslatról való lemondásnak” (*Európai Parlament és Tanács* [2005] 10. cikk).

Az irányelv alkalmazásában az önszabályozási magatartási kódexek jogi védelemben is részesülhetnek: bizonyos feltételek esetén a magatartási kódex szabályainak a megszegése egyúttal jogellenesé is teszi a magatartást: amennyiben a vállalkozás egyértelmű és ellenőrizhető módon kötelezettséget vállal a magatartási kódex betartására, és kereskedelmi gyakorlata során ezt fel is tünteti, akkor a magatartási kódex megsértése megtévesztőnek (vagyis jogellenes magatartásnak) minősülhet, feltéve, hogy a fogyasztók gazdasági magatartását jelentősen torzíja (i. m. 6. cikk 2. bekezdés). Ennek megfelelően, a magatartási kódex szabályai kvázi jogi kötőerővel rendelkezhetnek.

Annak valótlan állítása, hogy a kereskedő a magatartási kódex aláírója, illetve hogy valamely közjogi vagy egyéb szervezet a magatartási kódexet jóváhagyta, ún. feketelista tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül (i. m. Melléklet, 1. és 3. pont).

Az irányelvet átültető, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) meghatározásában a magatartási kódex „olyan – piaci önszabályozás keretében létrehozott – megállapodás vagy szabálygyűttes, amely valamely kereskedelmi gyakorlat vagy tevékenységi ágazat vonatkozásában követendő magatartási szabályokat határoz meg azon vállalkozások számára, amelyek a kódexet magukra nézve kötelezőnek ismerik el” (Fttv. 2. cikk *i* pont).

Abból az Fttv. 5. cikke szerinti rendelkezésből, hogy „a magatartási kódex nem ösztönözhet tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra”, nem következik, hogy a magatartási kódex védelmi szintje nem maradhatna el az Fttv. védelmi szintjétől. Ugyanis mivel az önszabályozás csupán kiegészítő szerepet tölt be a jogi szabályozáshoz képest, a magatartási kódex tilalmi köréből kimaradhatnak olyan magatartások, amelyeket az Fttv. tilt. A törvény csupán azt tiltja, hogy a magatartási kódex a vállalkozásokat az Fttv. megsértésére ösztönözze, nem követelmény azonban, hogy az minden Fttv.-t sértő kereskedelmi gyakorlatot tiltson.

Utalni kell arra, hogy az irányelv 4. cikke értelmében:

- „[a] tagállamok nem korlátozhatják sem a szolgáltatások nyújtásának szabadságát, sem az áruk szabad mozgását az ezen irányelv által közelített területekhez tartozó indokok alapján.” (*Európai Parlament és Tanács* [2005] 4. cikk.)

Ez a rendelkezés, valamint az Európai Bíróság ezt értelmező joggyakorlata egyértelműen arra utal, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv teljes mértékben harmonizálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos jogi szabályozást, és a tagállamok nem fogadhatnak el, illetve tarthatnak fenn az irányelvben foglaltaknál szigorúbb, illetve korlátozóbb rendelkezéseket, még akkor sem, ha ennek célja a fogyasztóvédelem magasabb szintjének biztosítása.

- ♦ C-261/07. és C-299/07. sz., *VTB-VAB NV kontra Total Belgium NV és Galatea BVBA kontra Sanoma Magazines Belgium NV* egyesített ügyekben 2009. április 23-án hozott ítélet (EBHT 2009, I-2949.), 52. pont: „Az irányelv tehát az említett szabályokat közösségi szinten harmonizálja. Következésképpen, amint azt a 4. cikke kifejezetten elő is írja (...) a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben foglaltaknál korlátozóbb intézkedéseket, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem.”
- ♦ C-304/08. sz., *Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV kontra Plus Warenhandelsengesellschaft mbH*-ügyben 2010. január 14-én hozott ítélet (EBHT 2010, I-217.), 41. és 50. pont: [„41. A fenti pontosítást követően emlékeztetni kell arra, hogy a 2005/29 irányelv az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályok teljes közösségi szintű harmonizációjára irányul. Ennek megfelelően – ahogyan azt az említett irányelv 4. cikke kifejezetten kimondja – a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben foglaltaknál korlátozóbb intézkedéseket, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem (...). 50. Másrésztől az alapügy tárgyát képezőhöz hasonló típusú szabályozás sérti a 2005/29 irányelv 4. cikkének tartalmát, amely kifejezetten megtiltja a tagállamoknak, hogy korlátozóbb jellegű intézkedéseket tartsanak fenn vagy vezessenek be, még akkor is, ha az intézkedések célja a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása.”]
- ♦ C-540/08. sz., *Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG kontra „Österreich”-Zeitungsverlag GmbH*-ügyben 2010. november 9-én hozott ítélet (még nem került közzétételre az EBHT-ban), 30. pont [„E tekintetben először is emlékeztetni kell arra, hogy mivel az irányelv a vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlataira vonatkozó szabályokat teljes mértékben harmonizálja – ahogyan azt az irányelv 4. cikke kifejezetten kimondja – a tagállamok nem fogadhatnak el az irányelvben foglaltaknál korlátozóbb intézkedéseket, még a magasabb szintű fogyasztóvédelem biztosítása érdekében sem...”]

Bár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 4. cikke a tagállami szabályozással és nem a vállalkozások magatartásával kapcsolatban állapít meg korlátot, a vállalkozások által folytatott önszabályozás, illetve magánszabályozás esetében annyiban releváns, hogy a 4. cikk vonatkozhat az önszabályozást támogató, illetve annak valamilyen jogilag releváns státust biztosító állami aktusokra.

Összhangban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 6. cikkének 2. bekezdésével, bizonyos feltételek fennállása esetén az Fttv. értelmében jogellenes az „olyan, magatartási kódexben foglalt követelmény be nem tartása, amelynek a vállalkozás alávetette magát”, ha a magatartási kódex, illetve az adott követelmény betartására a vállalkozás igazolható módon kötelezettséget vállalt (nem pusztán szándéknyilatkozatot fogalmazott meg), és a vállalkozás „a kereskedelmi gyakorlat keretében utal a kódexnek való alávetettségére” (Fttv. 6. cikk 2. bekezdés), feltéve, hogy ez torzírtja vagy torzíthatja a fogyasztó üzleti döntését.

Az irányelv rendelkezéseivel összhangban az Fttv. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok című melléklete is feketelistásnak minősíti annak valótlan állítását, hogy a vállalkozás magatartási kódex aláírója, illetve hogy a magatartási kódexet valamely közigazgatási hatóság vagy közigazgatási jogkör gyakorlására feljogosított szerv jóváhagyta.

Összefoglalásképpen megállapítható, hogy az európai és a magyar jog a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma körében az önszabályozásnak egyrészt tartalmi szabályalkotási, másrészt jogérvényesítési funkciót kölcsönöz azzal, hogy a tartalmi szabályalkotásnak mindenkor a vonatkozó jogi rendelkezések keretein belül kell maradnia („nem ösztönözhet tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra”), nem lehet ellentétes a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, illetve az Fttv. rendelkezéseivel. Nem követelmény azonban, hogy az önszabályozás minden tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tiltson, vagyis az, hogy tilalmi köre a jogi tilalmi kört teljes mértékben lefedje. Az egyéb jogi keretek (így például a versenyjogi tilalmak) betartása mellett az önszabályozás magasabb szintű (szigorúbb) követelményeket is eredményezhet, mint amilyen az irányelvben, illetve az Fttv.-ben lefektetettekből következhet.

Figyelembe kell azonban venni, hogy a tagállamok nem fogadhatnak el a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelvben foglaltaknál szigorúbb, illetve korlátozóbb rendelkezéseket. Az irányelv, illetve az Fttv. az önszabályozást egyrészt az állami szabályozás mellett, azzal párhuzamos, az állami jogérvényesítést kiegészítő és tehermentesítő lehetőségként kezeli, másrészt azonban bizonyos feltételek teljesülése esetén az önszabályozás keretében születő magatartási kódexek rendelkezéseinek jogi kötőerőt is kölcsönöz azzal, hogy addicionális feltételek megléte esetén a magatartási kódexet sértő magatartást egyúttal tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak is minősíti.

AZ ÖNSZABÁLYOZÁS ELŐNYEI ÉS HÁTRÁNYAI

Az önszabályozás előnyeit és hátrányait, illetve veszélyeit össztársadalmi szempontból kell vizsgálni azzal, hogy értelemszerűen adott résztvevői kör érdekeltisége társadalmi szempontból önmagában is releváns lehet. Az önszabályozás, illetve a társzabályozás *közérdek szempontjából vett vizsgálata* központi jelentőségű. Például a *Fehér könyv az európai kormányzásról* értelmében a társzabályozás csak akkor alkalmazandó, ha egyértelműen többletértéket képvisel, és a közérdeket szolgálja (EC [2001a] 21. o.).

Előnyök

Az önszabályozás egyik előnye, hogy általa az *iparági sajátosságokat jobban figyelembe vevő*, azoknak jobban megfelelő konkrét szabályok születhetnek, és lehetővé teszi a *speciális iparági tudás felhasználását* (OFT [2009a] 68. o., Campbell [1999] 715–716. o., Ogus [1995] 97–98. o.). Az önszabályozási mechanizmusok az állami szabályozásnál általában *rugalmasabbak* (OFT [2009b] 14. o., Vever [2005] 22. o., Campbell [1999] 716. o.).

Mivel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma területén az önszabályozás csupán kiegészíti, és nem váltja fel az állami szabályozást, az állami beavatkozás egyfajta végső biztosítékot jelenthet arra, hogy az iparági sajátosságok leple alatt valóban az adott szektor objektív tulajdonságait veszik figyelembe, és nem valamelyik érdekcsoport kizárólagos szempontjait. A magatartási kódex ugyanis nem ösztönözhet tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra, és mivel fennmarad az állami beavatkozás korlátlan lehetősége, az nem csökkenti a fogyasztók védelmének szintjét, hogy a magatartási kódex nem tilt minden tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot.

Az önszabályozás a *szabályérvényesítést hatékonyabbá (gyorsabbá, olcsóbbá)* teheti (OFT [2009b] 14. o.). Az önszabályozás előnye, hogy nem teszi szükségessé további szabályérvényesítési erőforrások bevonását, illetve *állami hatósági erőforrásokat szabadít fel* (OFT [2009a] 68. o.). Ezzel kapcsolatban azonban meg kell jegyezni, hogy az önszabályozás önmagában csak a költségviselő szervezetet változtatja meg: az állam helyett az iparág viseli az (ön)szabályozás költségeit (vö. Campbell [1999] 756. o.). Valódi költségcsökkentésről azonban csak akkor beszélhetünk, ha az önszabályozás olcsóbban (vagy legalábbis jobb ár–érték arányt képviselve) képes betölteni ugyanazt a funkciót, mint az állami szabályozás (uo. 716. o.).

Az önszabályozás előnyei a szabályoknak való megfelelés területén nem csak abban rejlenek, hogy egy gyorsabb, hatékonyabb szabályérvényesítési mechanizmus révén nagyobb ösztönző erőt jelent a vállalkozások számára, illetve a szabályokkal ellentétes magatartás vizsgálata gyorsabban és költséghatékonyabban történik. Az önszabályozás *növelheti a vállalkozások szabályelfogadását és önkéntes jog-, illetve szabálykövetési hajlandóságát*. A vállalkozások részvétele a szabályok megalkotásában növelheti a szabályok legitimitását és a vállalkozások elkötelezettségét e rendelkezések betartására (vö. OFT [2009b] 14. o., Engle [2009], Campbell [1999] 716. o.).

Hátrányok

Az önszabályozással kapcsolatos egyik kockázat az, hogy *hatékonyságában, hatáosságában elmaradhat az elvárásoktól*. A másik: az önkéntességére tekintettel *nem szükségszerűen terjed ki az iparágban tevékenykedő minden vállalkozásra* (OFT [2009a] 69. o.).

Az önszabályozást gyakran éri kritika, mivel sokan *kétségbe vonják az iparág elkötelezettségét* arra, hogy a rendelkezésére álló (a jogalkotónál esetleg kifinomultabb) szaktudását valóban a köz- és nem az iparági érdekek előmozdítására használja fel. Önszabályozás esetén *nagyobb a kockázata annak, hogy a szabályozás egyoldalú iparági befolyás alá kerül* (uo.).

Sokan fogalmazzák meg kétségeket az önszabályozás keretében elfogadott magatartási szabályok kikényszerítésének hatékonyságával kapcsolatban: az iparág adott esetben nem bocsátja rendelkezésre az ehhez szükséges erőforrásokat, az önszabályozás nem rendelkezik olyan szankciók kiszabásának lehetőségével, amelyek a hatásos megfelelést biztosíthatnák stb. (*Campbell* [1999] 717–718. o., 756–757. o., *Kay* [1988] 34. o.).

Ezek a veszélyek azonban természetesen nem zárják ki az önszabályozás értékét, társadalmi hasznosságát. Az önszabályozás természeténél fogva nem képes teljes körű megoldást nyújtani a piacon felmerülő összes problémára, és a fogyasztónak biztosított védelem hatásossága elmaradhat a szándékolt vagy várt szinttől (*OFT* [2009b] 15. o.). Ezek a veszélyek azonban kevésbé relevánsak a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat esetén, ahol az önszabályozás nem az állami szabályozás helyett, hanem a mellett, azzal párhuzamban és azzal összhangban érvényesülhet.

Az önszabályozás harmadik fontos kockázata a *lehetséges versenykorlátozó hatásokban* rejlik (a versenyaggályokkal kapcsolatban lásd *OFT* [2009a] 10–11. o., 45–49. o. és *Campbell* [1999] 718–719. o.). Az önszabályozás a védelmi vagy minőségi standardokat az indokoltnál magasabb szinten állapíthatja meg, ezáltal csökkentve a fogyasztók választási lehetőségét, valamint korlátozhatja a versenyt (*OFT* [2009a] 10. o.). Versenykorlátozó lehet például, ha egy iparág vállalkozásai tiltják, illetve jelentősen korlátozzák a reklámokat, vagy tiltják az árreklámokat. Ilyen értelemben az önszabályozás piacra lépési korlátokat emelhet. Ezért mindenkor kiemelt figyelmet kell szentelni annak, hogy az önszabályozás megfeleljen a versenyjogi követelményeknek (*EC* [2001a]).

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma körében a versenyellenes kockázatok elkerülésének biztosítója lehet, ha az önszabályozás nem lép túl a jogi cél-tételezés körén.

Az Fttv. által tiltott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fogalma két elem-ből áll: a fogyasztói magatartás torzítása és a szakmai gondosság követelményének megsértése. A kereskedelmi gyakorlat akkor torzítja a fogyasztó magatartását, ha rontja a tájékozott döntés meghozatalának lehetőségét („érzékeltően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje” – 3. cikk 2. bekezdés *b* pont), és a fogyasztó üzleti döntését befolyásolja vagy befolyásolhatja („a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg” – uo.). A tökéletesverseny-paradigma feltétele, hogy a keresleti és a kínálati oldal résztvevői racionális döntéseket hoznak, nincs információs aszimmetria. A tájékozatlan fogyasztói döntés torzítja

a versenyt. Más szóval: a tájékozott fogyasztói döntés előmozdítása versenybarát hatásokkal jár, növeli a verseny intenzitását, illetve előmozdítja az allokációs hatékonyságot. Ha az önszabályozás nem felel meg ennek a céltételezésnek, akkor fennáll a kockázata annak, hogy a magatartási kódex tisztességtelen vagy versenykorlátozó (versenytorzító) kereskedelmi gyakorlatra ösztönöz.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat másik fogalmi eleme a szakmai gondosság követelménye. A vállalkozásnak kereskedelmi gyakorlata kialakítása során arra kell törekednie, hogy a fogyasztónak lehetősége legyen a tájékozott döntés meghozatalára, azonban erőfeszítéseket ennek érdekében csak a szakmai gondosság szintjéig kell tennie, vagyis az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal kell eljárnia. A vállalkozással szembeni gondossági mérce megállapítása egyúttal a vállalkozás költségeinek befolyásolását is jelenti. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma értelmében a vállalkozásnak csak a szakmai gondosság követelményének szintjéig kell költségeket vállalnia annak érdekében, hogy a fogyasztó tájékozott döntésének lehetőségét biztosítsa. A szakmai gondosság követelményét meghaladó erőfeszítéseket a jog már nem tartja indokoltnak, vélelmezhetően azért, mert ezek költsége magasabb, mint a tájékozott(abb) fogyasztói döntéssel elérhető előny (pontosabban az erőfeszítések határköltsége magasabb, mint a tájékozott fogyasztói döntéssel elérhető határelőny).

A GVH joggyakorlata értelmében a *reklám célja* éppen az, hogy költséghatékony tájékoztatói megoldásként feloldja vagy csökkentse a vállalkozás és a fogyasztó közötti információs aszimmetriát. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat vizsgálata során az *ésszerűen tájékozott, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztóból kell kiindulni* (azt az esetet leszámítva, amikor a kommunikáció címzettjei sérülékeny fogyasztók).⁵

A *jogi követelményeken túlmutató önszabályozási követelmények* olyan túlzott költségeket okozhatnak a vállalkozások számára, amelyeket a tájékozott fogyasztói döntés által előmozdított allokációs hatékonyság nem indokol.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmán túlmutató önszabályozás, illetve annak versenyjogi kockázatai körében érdemes röviden utalni az *etikai és minőségvédelmi szabályok megalkotásának versenyjogi vonatkozásaira*. A szakmaetikai előírások vállalkozások társulása általi megállapítása egyértelműen a versenyjog látókörébe tartozik. A fő kérdés azonban az, hogy mennyiben veheti a versenyjog figyelembe az egyes szakmák speciális „etikai” megfontolásait, önképét. Természetesen ehhez kapcsolódik az a nehéz kérdés is, hogy vajon miként választható el egy-

⁵ A kereskedelmi kommunikáció vizsgálata során a vállalkozásnak különös figyelmet kell fordítania a reklám tisztességes jellegére, ha sérülékeny, kiszolgáltatott fogyasztók részére nyújt tájékoztatást. A nehéz élethelyzetben lévő vagy egészségügyi problémáktól szenvedő fogyasztók kiszolgáltatottabbak, hiszékenyebbek, nehezebben tudnak racionális döntést hozni, ezért a hatóság joggyakorlatában erőteljesebben védi őket a tisztességtelen kereskedelmi kommunikációval szemben.

mástól a valódi etikai megfontolásokon nyugvó szabályozás a morális megfontolás köntösébe rejtett versenykorlátozástól.

A versenyjog általánosan elfogadja, hogy egyes iparágakban a vállalkozások szövetségei szakmai-etikai szabályokat állapítanak meg, bár az is kétségtelen, hogy ezek a rendelkezések sem élvezhetnek versenyjogi immunitást. Ugyanakkor a versenyjogban elfogadják, hogy vannak olyan szakmák (*artes liberales*), amelyek esetében bizonyos szakmaetikai szabályoknak szükségszerűen érvényesülniük kell.

A versenyjogban általánosan elismert tétel, hogy a jogalkalmazás során érvényesülnie kell a gazdasági ésszerűség követelményének, bármilyen formában is engedjük érvényre jutni. Az Egyesült Államokban ezt hívják *rule of reason*-nek. Az EU-versenyjogban pedig követelmény, hogy a nem versenyellenes célú megállapodásokat hatásuk alapján kell megítélni, valamint az általános kartelltilalmat (EUMSZ 101. cikk 1. bekezdés, Tpv. 11. cikk)⁶ valamint az akár céljuknál, akár hatásuknál fogva versenyellenes megállapodások egyedi mentességben (EUMSZ 101. cikk 3. bekezdés, Tpv. 17. cikk) részesülhetnek. A gazdasági ésszerűség érvényesül mind a megállapodás hatásainak vizsgálata, mind az egyedi mentesség alkalmazása esetén. Szakmai érdekvéviselési szempontból azonban a fő kérdés: a gazdasági mellett lehet-e közérdekű vagy szakmaetikai ésszerűségekre hivatkozni.

A Wouters-ügyben⁷ az Európai Bíróság előzetes döntéshozatali eljárás keretében az általános kartelltilalom ésszerűségi vizsgálata során közérdekű szempontok figyelembevételét is elfogadhatónak tartotta, ezzel egyértelművé téve, hogy az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdése tartalmaz közérdekű ésszerűségi tesztet.⁸ Fontos hangsúlyozni, hogy ebben az ügyben az Európai Bíróság a közérdekűnek minősített szakmaetikai szempontokat nem az egyedi mentesség, hanem az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdése körében vizsgálta; vagyis: a közérdekű ésszerűség által alátámasztott korlátozások egyáltalán nem is akadnak fenn az általános kartelltilalom hálóján.

Az ügyben a jogvitát az váltotta ki, hogy a holland ügyvédi kamara megtiltotta az ügyvédek és a könyvvizsgálók számára, hogy közös vállalkozást alapítsanak. Ennek alátámasztására a kamara szakmaetikai szempontokat hozott fel. Míg ugyanis a könyvvizsgáló feladata az adott vállalat könyveinek objektív értékelése, vagyis tevékenységét nem a vállalat érdekeit szem előtt tartva végzi, addig az ügyvédnek a megbízó érdekében kell eljárnia, megtartva annak üzleti titkait. Márpedig az ügyvéd függetlenségét és a megbízó érdekeinek a képviselését befolyásolhatja, ha az ügyvéd egy olyan szer-

⁶ Európai Unió működéséről szóló szerződés (EUMSZ). A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.).

⁷ C-309/99. sz., *J. C. J. Wouters, J. W. Savelbergh and Price Waterhouse Belastingadviseurs BV kontra Algemene Raad van de Nederlandse Orde van Advocaten*-ügyben hozott ítélet (EBHT 2002, I-1577.). Az ügygel kapcsolatban lásd *Andrews* [2002], *Denman* [2002] N73., *Deards* [2002], *Ahern* [2007].

⁸ Ezzel ellentétes álláspont szerint az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdése nem foglal magában közérdekű ésszerűségi tesztet, és ilyen jellegű következtetést a Wouters-ügyben hozott határozat alapján sem lehet levonni (lásd *Loozen* [2006] 28–47. o.).

vezetkez tartozik, amelynek feladata a vállalat valós pénzügyi eredményeinek a ki-mutatása. Ezek a pénzügyi eredmények pedig éppen olyan tranzakciók következmé-nyei, amelyekkel kapcsolatban a szervezet korábban ügyvédi szolgáltatást nyújtott.

Az Európai Bíróság megállapította, hogy a fenti etikai szabály, illetve annak alkalmazása érinti a tagállamközi kereskedelmet, és hátrányos hatással van a versenyre (EBHT 2002, I-1577. 86. pont). Ugyanakkor a Bíróság azt is kimondta, hogy nem minden olyan megállapodás vagy vállalkozások társulása által hozott döntés, amely korlátozza a felek vagy valamelyik fél cselekvési szabadságát, tartozik szükségszerűen az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdésében található kartelltilalom körébe. Ennek el-döntése érdekében mindenekelőtt figyelembe kell venni a megállapodás vagy döntés teljes kontextusát, így különösen tekintettel kell lenni annak céljára. A jelen esetben a szervezeti, az alkalmassági, a szakmaetikai, a felügyeleti és a felelősségi előírásoknak az volt a célja, hogy megfelelő garanciákat biztosítsanak a jogi szolgáltatások igénybe vevői és az igazságszolgáltatás megfelelő működése érdekében (EBHT 2002, I-1577. 97. pont). Ennek az értékelésnek az elvégzése során figyelembe kellett venni a holland jog vonatkozó előírásait (EBHT 2002, I-1577. 98–102. pont). Ezt a megállapítást ál-talánosítva leszűrhető, hogy az Európai Bíróság elismerte, hogy bizonyos társadalmi célok – így szakmai szolgáltatások közös (etikai) szabályozása – legitim célként szol-gálhatnak az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdése szerinti mérlegelés elvégzése során.

Ezt követően az Európai Bíróság megállapította, hogy a fenti szabályozás ész-szerűségi szempontból valóban szükségesnek tekinthető ahhoz, hogy az ügyvédi hivatás megfelelő gyakorlását biztosítsa, ahogyan azt az adott tagállamban meg-szervezték (EBHT 2002, I-1577. 107. pont). A fenti holland kamarai szabályozás nem sérti az EUMSZ 101. cikkének 1. bekezdését, mert a döntéshozó szerv ész-szerűen helyezkedhetett arra az álláspontra, hogy ez az előírás, bár szükségszerűen jár versenykorlátozó hatással, szükséges az ügyvédi hivatás megfelelő gyakorlásának biztosításához, ahogyan azt az érintett tagállamban megszervezték (EBHT 2002, I-1577. 110. pont). Következésképpen a közérdekű ésszerűségi teszt egyrészt függ attól, hogy az ügyvédi hivatást hogyan szervezik meg az adott tagállamban, vagyis miként fogják fel az ügyvéd szerepét, státusát stb. Másrészt a fenti megállapításokból arra lehet következtetni, hogy a kamarának mérlegelési jogköre van a szabályozás kialakítása tekintetében, az Európai Bíróság pedig csak azt vizsgálja, hogy a EU-jog által tiszteletben tartott társadalmi cél és az elfogadott intézkedés között van-e ésszerű kapcsolat, nem fogja azonban mérlegelni a szakmai szervezet döntését. Az Európai Bíróság tehát addig távolságtartó módon tiszteletben tartja a kamara mér-legelését, amíg az nem lépi túl mérlegelése kereteit.

A *Meca-Medina és Majcen kontra Bizottság*-ügyben⁹ az Európai Bíróság a Nem-zetközi Úszószövetség doppingellenes szabályzatát vizsgálta, amelyet az EU-ver-

⁹ C-519/04. sz., *P. David Meca-Medina, Igor Majcen kontra Bizottság*-ügyben hozott ítélet (EBHT 2006, I-6991.).

senyjog alkalmazási körébe vont, és a Wouters-ügyben lefektetett közérdekű észszerűségi teszt alapján vizsgálta (lásd *Van den Bogaert–Vermeersch* [2006] 835. o., *Szyszczak* [2007] 95., 101. és 104. o.). A Bíróság megállapította, hogy „nem tartozik automatikusan az EK 81. cikkének 1. bekezdésében foglalt tilalom hatálya alá valamennyi olyan vállalkozások közötti megállapodás vagy vállalkozások társulásának határozata, amely korlátozza a felek vagy az egyik fél cselekvési szabadságát. Ennek a rendelkezésnek egyedi esetben történő alkalmazásakor ugyanis mindenekelőtt azt az általános közeget kell figyelembe venni, amelyben a vállalkozások szóban forgó társulása meghozta a határozatot, vagy amelyben az kifejti a hatását, és különösen a célkitűzéseit kell megvizsgálni. Azt is meg kell továbbá vizsgálni, hogy a határozatból eredő versenykorlátozó hatások elválaszthatatlanul kapcsolódnak-e az említett célkitűzések eléréséhez.” (EBHT 2006, I-6991. 42. pont.) A Bíróság kiemelte, hogy „még ha feltételezzük is, hogy a vitatott doppingellenes szabályozást vállalkozások társulása olyan határozatának kell tekinteni, amely korlátozza a fellebbezők cselekvési szabadságát, nem minősülne emiatt szükségszerűen a közös piaccal összeegyeztethetetlen versenykorlátozásnak az EK 81. cikk értelmében, mivel jogos célkitűzése igazolja. Az ilyen korlátozás ugyanis elválaszthatatlanul hozzátartozik a sportversenyek szervezéséhez és szabályos lefolytatásához, és éppen a sportolók közötti egészséges versengés biztosítására irányul.” (EBHT 2006, I-6991. 45. pont.)

Az Európai Bíróság – elismerve, hogy a kérdést valóban meg kell vizsgálni az EUMSZ 101. cikk 1. bekezdés alkalmazása során – ebben a vonatkozásban elismerte a szabályozást megalkotó szakmai szervezet mérlegelési jogát (EBHT 2006, I-6991. 52–54. pont.).

A szakmaetikai szempontok az Atlanti-óceán túlsó partján is megjelennek a versenyjog alkalmazásában. Az Egyesült Államok legfelsőbb bírósága a *Goldfarb versus Virginia State Bar*-ügyben [421 U.S. 773 (1975)] lefektette azt a tételt, hogy a tanult szakmák (*learned professions*) versenyjogi értékelése esetén azok speciális körülményeit figyelembe kell venni. Ez a megközelítés azonban egy pillanatra sem akadályozta meg a bíróságot abban, hogy az ügy tárgyát jelentő horizontális árrögzítést *per se* jogellenesnek minősítse és elmarasztalja. A szakmai szolgáltatásokkal kapcsolatban alkalmazandó megközelítésre vonatkozó utalásait, valódi *obiter dictaként* (mellesleg szólva), az ítélet 17. lábjegyzetében rejtette el. „Az a tény, hogy egy korlátozás egy szakmával és nem egy üzlettel kapcsolatban érvényesül, természetesen releváns annak eldöntése során, hogy vajon az adott korlátozás sérti-e a Sherman-törvényt. Nem lenne életszerű egy szakma gyakorlását más üzleti tevékenységekkel felcserélhetőnek tekinteni, és automatikusan alkalmazni rá olyan versenyjogi intézményeket, amelyek más területekről származnak. A szakmák közszolgáltatási és egyéb jellemzői szükségessé tehetik, hogy egy meghatározott gyakorlatot, amely más kontextusban a Sherman-törvény megsértésének lenne tekinthető, másképpen kezeljenek.” (Uo. 787–788. o.)

A fenti gyakorlat ellenére igencsak homályos, hogy a szakmai szolgáltatások esetén a versenyjogi mérlegelés miként tér el a „rendes” vállalkozási tevékenység esetén

alkalmazottól (*Lao* [2000] 512. o.). A legfelsőbb bíróság „nem könnyen marasztalja el *per se* jogellenesként a szakmai szövetségek által elfogadott szabályokat” [*FTC versus Indiana Federation of Dentists*, 476 U.S. 447, 458–459 (1986)]. Ugyanakkor alig találunk olyan ügyet, ahol a szakmaetikai megfontolásoknak perdöntő jelentősége lett volna, és egy amúgy elítélendő korlátozást megengedhetőnek találtak volna tisztán szakmaetikai követelmények miatt. Ez alól jelent kivételt a *U.S. versus Brown University in Providence in State of R. I.*-ügy [5 F.3d 658 (1993)], amely az oktatási intézmények hallgatóknak nyújtott pénzügyi támogatásával volt kapcsolatos.

Fontos kiemelni, hogy a fenti gyakorlat a *szakmaetikai szabályokkal* kapcsolatos, tehát távolról *sem* vonatkozik minden *vállalkozások általi önszabályozásra*; hatókörébe csupán a hagyományosan szabályozott szakmák tartoznak. Jól mutatja azonban ez a gyakorlat, hogy még e szakmák esetében is *szigorú a versenyjogi mérce*.

ÉRDEKELTSÉG KÉRDÉSE – AZ ÖNSZABÁLYOZÁS KÜLSŐ (OBJEKTÍV) FELTÉTELEI

Önszabályozás esetén *három résztvevői körre* vonatkozóan érdemes megvizsgálni az érdekelttség fennállását és minőségét. Miért éri meg a vállalkozásoknak az önszabályozás, miért lehet hasznos a fogyasztók számára az önszabályozás, miért lehet hasznos a hatóság számára az önszabályozás?

A legelső és legfontosabb kérdés, hogy miért éri (érheti) meg a vállalkozásoknak az önszabályozás, figyelembe véve, hogy az önszabályozás révén a vállalkozások jellemzően többletkötelezettséget vagy nagyobb szabályérvényesítési kitétséget vállalnak. Emellett azt is meg kell vizsgálni, hogy mennyiben és miért hasznos az önszabályozás a fogyasztók, valamint a jogalkalmazó hatóság számára.

Amint arról már volt szó, az önszabályozással az iparági sajátosságoknak jobban megfelelő normaalkotást lehet elérni, ami a vállalkozások érzékelése szerint előmozdíthatja érdekeiket. Ebben a vonatkozásban szintén utalni kell arra, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (*Európai Parlament és Tanács* [2005]), illetve az irányelvet átültető, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) értelmében az önszabályozás az állami igényérvényesítéshez képest párhuzamos, kiegészítő jellegű.

A vállalkozások mind gazdasági, mind politikai okokból érdekeltnek lehetnek az önszabályozásban (*Gunningham–Rees* [1997] 390. o.). Ezek az okok fennállhatnak külön-külön vagy együttesen.

Politikai okból érdekeltnek a vállalkozások az önszabályozás megvalósításában, ha úgy látják: amennyiben ők maguk nem szabályozzák a saját magatartásukat, majd a kormányzat, a parlament vagy más hatóság fogja megtenni helyettük (*Page* [1986] 149. o., *Campbell* [1999] 758. o.). Ebben az esetben az iparág gyors cselekvése megelőzheti a jogalkotást, amely így „szükségtelennek” tűnhet. Az ilyen típusú politikai

érdekeltséggel kapcsolatban azonban az a legnagyobb kockázat, hogy a politikai veszélyhelyzet megszűnésével a vállalkozások érdekeltsége is csökken, illetve megszűnik, ami pedig kihathat az önszabályozásra, annak végrehajtására és hatékonyságára (Campbell [1999] 758. o.). Ráadásul a külső politikai kényszer gyakran csupán arra elegendő, hogy a vállalkozásokat látszatcselekvésre (*cosmetic compliance*) ösztönözze, ami szintén kihatással lehet az önszabályozás végrehajtására és hatékonyságára (Blumrosen [1983] 1264. o.).

A külső politikai kényszer megjelenésének formája nem szükségszerűen valamilyen konkrét „fenyegetés” a politikum oldaláról; a hosszú távon és prudens módon gondolkodó vállalkozások számára tökéletesen racionális döntés azért önszabályozásba kezdeni, hogy ezzel megelőzzék a felbőszített választópolgári közösség haragját vagy annak lecsapódását a politikai döntéshozatalba (Levin [1967] 604. o.). Ilyen hosszú távú gondolkodás esetén már nagyobb az esélye annak, hogy az önszabályozás létrehozása és végrehajtása hatásos lesz.

A vállalkozások gazdasági érdekeltségének összefüggésében fontos utalni a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos *külső gazdasági hatásokra*. A közérdek szempontjából az önszabályozás három feltétel megléte esetén indokolt: 1. piaci kudarc (externáliák vagy információs aszimmetria), 2. a magánjogi eszközök nem alkalmasak az adott problémának a kezelésére vagy túl költségesek, 3. az önszabályozás jobb, olcsóbb módszer a probléma megoldására, mint az állami szabályozás (Ogus [1995] 97. o.).

Egy vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlata sértheti, illetve gyengítheti a vele azonos csoportba sorolható (vagy a fogyasztók által azonos csoportba sorolt) vállalkozások jó hírnevét (OFT [2009b] 14. o., OFT [2009a] 6. o., Dixon [1968] 33. o.).

Ezért a *negatív külső gazdasági hatások* (negatív externália) megszüntetése, illetve csökkentése érdekében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot nem folytató vállalkozások érdekeltek lehetnek abban, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot gyorsan és hatékonyan kiszűrjék/azonosítsák, illetve a fogyasztók számára érzékelhető módon elhatárolódjanak a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytató vállalkozásoktól.

A fogyasztók bizonyos esetekben nehezen tudják megítélni a vállalkozások által nyújtott minőséget (a minőséget tág értelemben felfogva),¹⁰ és ez *információs aszimmetriához* vezethet a vállalkozás és a fogyasztó között. Ilyen körülmények között a vállalkozások számára nagy a kísértés arra, hogy szolgáltatásukat magas minőségüként jelenítsék meg, míg a valóságban alacsonyabb minőségű szolgáltatást nyújtanak, mivel a fogyasztó nem ismeri fel a különbséget (*erkölcsi kockázat*). A fogyasztók erre a veszélyre reagálva – mivel a minőséget megítélni nem tudják,

¹⁰ Ebben a tekintetben a minőségi standard kifejezést tágan kell értelmezni, amely a fogyasztói tapasztalat egészére vonatkozik, és magában foglalja a termék vagy szolgáltatás minőségét, az ügyfélszolgálatot, a közölt információt és az értékesítést követő tevékenységet (OFT [2009b] 4. o.).

azonban érzékelik, hogy a minőség változó – eleve alacsonyabb minőséggel számolnak, és nem hajlandók a magasabb minőséggel járó magasabb árat megfizetni. Ennek következtében a magasabb minőséget nyújtó vállalkozások kilépnek a piacról, ami tovább növeli az esélyét annak, hogy a fogyasztó alacsonyabb minőséget kap, így tovább csökkentve azt az árat, amelyet hajlandó fizetni (*kontraszelekció*) (OFT [2009a] 6. o. és 19–23. o., Ogas [1995] 103. o.).

Ugyane gondolatmenet szerint: az önszabályozás *pozitív külső gazdasági hatásokhoz* is vezethet (pozitív externália): az önszabályozás az abban részt vevő vállalkozások számára „védjegyhatalást” jelenthet, biztosítva a fogyasztókat arról, hogy az önszabályozásban részt vevő vállalkozások nem folytatnak tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. Az önszabályozás lehetőséget teremthet a fogyasztóknak arra, hogy azonosítsák a magas szintű standardokat elfogadó vállalkozásokat, ami által növelhető a fogyasztói bizalom (OFT [2009b] 14. o.).

A vállalkozások önszabályozáshoz fűződő gazdasági érdekelttségével kapcsolatban meg kell azonban jegyezni, hogy a fenti megállapítás a racionális döntéshozatal kiinduló feltevésén alapul, azonban nem szükségszerű, hogy a vállalkozások érzékeljék az önszabályozással kapcsolatos gazdasági érdekeltységüket. Ezért előfordulhat, hogy olyan esetben sem jön létre önszabályozás, amikor az hatékony és a vállalkozások számára előnyös lenne. Számos esetben *a vállalkozások rövid távú* gondolkodása *akadálya* lehet az önszabályozás kialakulásának, mivel annak előnyei csak hosszútávon érzékelhetők (Gunningham–Rees [1997] 374., 392. o.).

A *fogyasztók* számára az önszabályozás többletértéke adott, ha az a joginál magasabb védelmi szintet jelent, illetve a fogyasztók számára az állami útnál hatékonyabb (gyorsabb, olcsóbb) szabályérvényesülést tesz lehetővé. Az önszabályozás növelheti annak esélyét, hogy a vállalkozások szabályszegését felfedjék (OFT [2009a] 39. o.).

A *jogalkalmazó hatóság érdekelttsége* az önszabályozásban elsősorban a tehermentesítéssel írható le (Vever [2005] 22. o.). Az Egyesült Királyság versenyhivatala (OFT) például erőteljesen támogatja az önszabályozást. Álláspontja szerint az ennek eredményeként születő magatartási kódexek a szabályoknak való megfelelés hatásos eszközei, és ösztönözhetik a vállalkozásokat arra, hogy kereskedelmi gyakorlatukat a jogi minimum szintje fölé emeljék (OFT [2006] 29. o.). Azoktól az esetektől eltekintve, amikor a hatóság azonnali beavatkozása szükséges (ismétlődő jogsértések, nagyobb kiterjedésű megtévesztő reklámkampányok), az OFT szerint a fogyasztók érdekeit tulajdonképpen minden írott megtévesztő reklámot tartalmazó ügyben az szolgálná a legjobban, ha először az önszabályozó szervezet (ebben az esetben ez az *Advertising Standards Authority*) indítana eljárást (uo.).

MILYEN BELSŐ FELTÉTELEK ESETÉN LEHET HATÁSOS AZ ÖNSZABÁLYOZÁS – LEGJOBB GYAKORLATOK EURÓPÁBAN

Az önszabályozással szemben követelmény az átláthatóság, a részvétel és reprezentativitás, valamint az ellenőrzés és a szabályérvényesítési garanciák (*NewGov* [2007] 20–27. o.). Annak vizsgálatában, hogy az önszabályozás jár-e többelhasználással a közérdek számára, kulcsszerep jut annak a követelménynek, hogy az önszabályozásban részt vevő szervezetek reprezentatívaknak, felelősségre vonhatóknak (*accountable*) kell lenniük, és alkalmasoknak arra, hogy nyilvános eljárásokat folytassanak le a szabályok megállapítása és alkalmazása során (*EC* [2001a] 21. o.).

European Advertising Standards Alliance, 2004
(Európai reklám-önszabályozási testület)

Az *EASA* [2004] meghatározza az európai reklám-önszabályozási testület, a European Advertising Standards Alliance (*EASA*) által javasolt önszabályozási modell elemeit.

Az önszabályozási rendszer egyetemessége • A reklám-önszabályozásnak mindegyik érdekcsoportra (reklámozók, reklámügynökségek és a média) alkalmazhatónak kell lennie. Ehhez általános egyetértésre van szükség az önszabályozás szükségességét illetően, valamint mindhárom érdekcsoportnak aktívan kell támogatnia az önszabályozást. Az önszabályozási szervezetnek élveznie kell az iparág többségének erkölcsi támogatását, döntéseinek hitelesnek kell lenniük, és biztosítani kell alkalmazásukat (kikényszerítésüket) olyan reklámozókkal szemben is, amelyek megtagadják az együttműködést. Ez akkor érhető el, ha az önszabályozás a reklámozás összes jelentős formáját lefedi, és abban a kereskedelmi kommunikáció minden területén tevékenykedő szakértő részt vesz.

Fenntartható és hatásos finanszírozás • Az önszabályozás jelentős forrásokat igényel, és csak megfelelő finanszírozás mellett működtethető hatásosan. A finanszírozásnak fenntarthatónak kell lennie, és igazodnia kell a költségek növekedéséhez és a reklámpiac változásaihoz. A tapasztalatok szerint egy, a reklámkiadások összegétől függő, százalékban kifejezett, kisebb arányú adószzerű hozzájárulás megfelelőnek bizonyulhat.

Hatékony és forrásokkal ellátott igazgatás • Az önszabályozási szervezetet költség-hatékonyan és a vállalati gazdálkodás szabályainak megfelelő módon kell igazgatni. Az önszabályozási szervezetnek függetlennek kell lennie az öt finanszírozó iparágtól. Ezért az önszabályozás céljára létre kell hozni egy függetlenséget és külső hitelességet

biztosító titkárságot. Indokolt, hogy az önszabályozási szervezetnek folyamatosan frissített stratégiai és kommunikációs terve legyen.

Egyetemes és hatásos magatartási kódexek • A magatartási kódex az önszabályozási rendszer kulcseleme, amelynek az ICC Codes of Marketing and Advertising Practice-en kell alapulnia, a nemzeti sajátosságok figyelembevételével. A magatartási kódexnek a reklámozás minden formájára vonatkoznia kell. Valamilyen eljárást ki kell dolgozni a magatartási kódex rendszeres felülvizsgálatára, amely lépést tart a piaci fejleményekkel, a közvélemény aggályainak változásával és a fogyasztói érzékenységgel, valamint az új reklámformák megjelenésével.

Tanács és tájékoztatás • Az önszabályozás egyik fontos célja, hogy megelőzze a problémák felmerülését. Az önszabályozási testület nyújthat kötelező erővel nem rendelkező, előzetes véleményt (*copy advice*), általános tanácsot a magatartási kódex értelmezésével kapcsolatban, amelynek gyakorlata egyfajta esetjoggá fejlődhet, valamint kibocsáthat iránymutatásokat.

Gyors és hatékony panaszkezelés • Az, hogy a közvélemény mit érzel az önszabályozásból, jelentős részben az önszabályozási szervezet vitarendezésének hatékonyságán (pontosabban ennek megjelenésén) múlik. Az önszabályozás egyik előnye a jogalkalmazással szemben pontosan a gyorsaság. Bár az eljárás lefolytatásához szükséges idő változó lehet, az önszabályozási szervezetnek tevékenységét szolgáltatási standardokhoz kell igazgatnia, ideértve a panaszkezelési célok meghatározását. Ugyanez az elv vonatkozik a határon átnyúló panaszokra.

Megtévesztéssel kapcsolatos ügyekben alapelvnek kell lennie, hogy a bizonyítási terhet a reklámozó viseli. Az önszabályozási szervezetnek képesnek kell lennie arra, hogy műszaki bizonyítékokat értékeljen, ideértve a független szakértők igénybevételeének lehetőségét.

Független és pártatlan döntéshozatal (szabályalkalmazás) • A vitarendezésnek, a vitarendező testületnek és a testület döntéshozatalának függetlennek és befolyásolástól mentesnek kell lennie. A panaszkezelő testület többségének és elnökének független személyeknek kell lenniük. Amennyiben valamelyik testületi tag az iparágból vagy valamelyik fogyasztóvédelmi szervezettől érkezik, egyértelműnek kell lennie, hogy a döntéshozatal során személyes minőségben, nem pedig képviselőként vagy delegáltként jár el.

A vitarendezési eljárás nem lenne teljes valamilyen jogorvoslati lehetőség nélkül. A felülvizsgálatnak átfogónak kell lennie, de nem követelmény, hogy minden részletre kiterjedjen. Fontos szempont, hogy a jogorvoslatot ne lehessen időhúzás, a döntés végrehajtásának késleltetése érdekében igénybe venni.

Hatásos szankciók • Bár a legtöbb esetben az önszabályozási rendszerek számolhatnak az önkéntes szabálykövetéssel, hitelességük nem kis részben azon múlik, hogy döntéseiket mennyire tudják kikényszeríteni. Az a rendszer, amelynek keretében a döntést az elmarasztalt vállalkozások nevével, adataival együtt közzéteszik (*name and shame*), hatásosnak bizonyult. Az önkéntes szabálykövetés elmaradása esetén ez a hatás megerősíthető azzal, ha a döntésnek további nyilvánosságot biztosítanak. Talán a leghatásosabb eszköz azonban az, ha a média elzárkózik a reklám közzétételétől. Ehhez szükséges a média kötelezettségvállalása az önszabályozási szervezet döntéseinek támogatására; ennek hatásossága valószínűleg azon múlik, hogy a reklámszerződésekben alkalmaznak-e olyan *felelősségi klauzultát*, amelynek értelmében a felek alávetik magukat az önszabályozási szervezet döntéseinek.

Hatékony megfelelés és ellenőrzés • A vitarendezés önmagában nem elegendő ahhoz, hogy az önszabályozási szervezet tevékenysége valóban hatékony legyen. Átfogó jelleggel kell ellenőrzési programokat végrehajtani adott termékek vagy problémakörök alapján. Lehetővé kell tenni az önszabályozási szervezetnek, hogy saját kezdeményezésre indítson eljárást, és értékelje a magatartási kódex betartását. Az ipárral történő rendszeres párbeszédnek hozzá kell tartoznia az önszabályozási szervezet mindennapi tevékenységéhez.

Hatásos iparági és fogyasztói tudatosság • Az önszabályozási rendszer hatásosságához szükséges a magas szintű ismertség fenntartása: a fogyasztókat informálni kell, hogy hol és miként nyújthatnak be panaszt, és az iparági szereplőknek ismerniük kell az őket szabályozó magatartási kódexet és eljárást. Ennek érdekében rendszeres reklámkampányokra van szükség a rendszer közismertté válásának, illetve az ezzel kapcsolatos tudatosságnak az előmozdítása érdekében. Végül, az önszabályozási szervezetnek képesnek kell lennie arra, hogy saját tevékenységéről tájékoztatást és közleményeket jelenítsen meg (felméréseket, esetismerttetéseket, statisztikákat).

Round Table on Advertising Self-Regulation, 2006 (Reklám-önszabályozási kerekasztal)

A reklám-önszabályozási kerekasztal, a Round Table on Advertising Self-Regulation a reklám területére vonatkozóan a hatékony önszabályozás négy elemét határozta meg: hatásosság, függetlenség, alkalmazási kör és finanszírozás (EASA [2006] 17–32. o.).

Hatásosság • A reklám-önszabályozás hatásossága három alkotóelemből áll: előzetes véleményezés (*copy advice*), panaszkezelés és szankciók.

Előzetes véleményezés lehetősége. Az önszabályozásnak lehetővé kell tennie az egyes reklámtartalmak kérelemre történő előzetes értékelését. Az előzetes véleményezés nem kötelező, hanem opcionális lehetőség, nincs kötőereje, és egy adott reklámtervre vonatkozik.¹¹

Panaszkezelés. Az önszabályozási szervezetnek évente teljesítménycélokat kell megállapítania és közzétennie (például arról, hogy mi a panaszkezelés átlagos időtartama), valamint beszámolókat arról, hogy ezek a célok mennyiben teljesültek. Minden önszabályozási szervezet számára világos prioritás, hogy könnyen meg lehessen találni a panasz előterjesztésének csatornáját (telefon, levél, internet stb.). Világosan és közérthetően jelezni kell a fogyasztók számára, hogy hol és miként nyújthatják be panaszukat. Meg kell határozni egy irányadó formát (*benchmark*) a panaszok benyújtásának egyszerűségére, amelyet az irányító testületnek jóvá kell hagynia; ennek teljesülését pedig évente ügyfél-elégedettségi vizsgálatokkal kell igazolni. Követelményeket kell lefektetni a panaszkezelés gyorsaságára. Kötelezővé kell tenni a döntések közzétételét; ezáltal növelni lehet a rendszerrel kapcsolatos átláthatóságot és közbizalmat. Az önszabályozási szervezet megállapodásokra és cselekvésekre vonatkozó ajánlásokat tehet a reklámpiar számára, valamint az alkalmazottak képzésének minimális követelményeire és a belső megfelelőségi eljárásokra.

Szankciók. A magatartási kódexek rendelkezéseinek megsértése (nem megfelelés), a szabályok ismételt megsértése, a magatartási kódexek és az önszabályozási testület szabályalkalmazási határozatainak konzisztens figyelmen kívül hagyása miatti szankcióknak világosaknak és hatásosaknak kell lenniük. A minimális szankció a reklámtartalom (*advertising copy*) megfelelő időben történő visszavonása. A visszavonásnak az egész iparágra kell vonatkoznia. A pénzügyi szankciók (büntetések) lehetősége nem zárandó ki, azonban a rendelkezésre álló adatok azt mutatják, hogy a reklám visszavonásával kapcsolatos üzleti költségek (ideértve a jó hírnév sérelmét) valóságosak. További szankció lehet az előzetes véleményezés (vagy előzetes jóváhagyási kötelezettség) megszüntetése hosszabb időre. Ennek a kötelezettségnek az előírása, a döntés reputációra gyakorolt hatásával együtt, általában hatásos eszköznek bizonyul (*EASA* [2009] 9. o.).

Figyelembe kell venni, hogy a magatartási kódexek és a kulturális szokások különbözőségei miatt az egyes piacokon eltérő döntések születhetnek. A média egészének együttműködése az önszabályozási szervezet döntéseinek támogatásában fontos eleme a szankciók végrehajtásának, illetve kikényszerítésének. Az úgynevezett megfelelőségi kikötések használata a reklámszerződésekben elősegítheti a szankciók hatásosságát.

¹¹ Szemben az előzetes jóváhagyási kötelezettséggel (*pre-clearance*), amelyet a közzétételt megelőzően kötelező elvégezni, és biztosítja, hogy az megfelel a jogi és önszabályozási rendelkezéseknek (*EASA* [2006] 18. o.).

Fontos, hogy a panaszosokat szisztematikusan bevonják az elégedettségi felmérésekbe, valamint az is lényeges, hogy értékeljék az önszabályozási szervezet társadalmi ismertségét.

Függetlenség • Az önszabályozásnak függetlennek kell lennie: az érdekelt feleknek mind a magatartási kódexek tartalmi kialakításában (megszövegezésében), mind az azok megsértésére vonatkozó panaszok kezelésével kapcsolatos eljárásban (a szabályok alkalmazásában) részt kell venniük.

Az érdekelt felek részvétele a magatartási kódex megalkotásában. A nyitottság, a függetlenség és az átláthatóság biztosítása a reklám-önszabályozás nyilvánosság általi elfogadásának kritikus feltétele. Az érdekcsoportok (fogyasztók, egyesületek, tudomány stb.) hatásos hozzájárulása a magatartási kódexek kidolgozásához megerősített figyelmet igényel az EASA részéről. Időközönként a vizsgálódásnak ki kell terjednie olyan indikátorokra is, amelyek jelzik, hogy vajon az érdekcsoportok részvétele megfelel-e az adott társadalom elvárásainak.

Az érdekelt felek részvétele a magatartási kódexszel kapcsolatos panaszkezelési (vitarendezési) eljárásban. A vitarendezési testületek tagjainak nagyrészt függetleneknek kell lenniük. E személyek kiválaszthatók nyilvános felhívással, vagy a tagokat kinevezheti az önszabályozási szervezet irányító testülete. A kinevezési folyamatba bevonhatók a jogalkalmazó szervek is. A vitarendezési testületek tagjaira is vonatkozniuk kell az összeférhetlenségi szabályoknak. A döntéshozó testület szerepe alapvető jelentőségű az eljárás függetlenségének megteremtésében. A rendszer hitelességét meghatározza a testület összetétele, a jelölési eljárás, a testület függetlensége és tagjainak megvesztegethetetlensége. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a független személyek bevonása a vitarendezési eljárásba fontos szerepet játszik a rendszer iránti bizalom kiépítésében. Itt érdemes utalni a fogyasztói viták konszenzuális rendezéséről szóló európai bizottsági ajánlásra (EC [2001b]).

Az üzleti és önszabályozási közösségnek figyelembe kell vennie mind az előnyeit, mind a költségeit annak, hogy a „független” szereplők a rendszer minden szintjén megjelennek.

Alkalmazási kör • Európában a reklám-önszabályozás nemcsak a szűk értelemben vett reklámokra vonatkozik, hanem törekednek a kereskedelmi és marketingkommunikáció minden más formájának bevonására is. Szükség van egy olyan általános meghatározásra, amely átfogja az összes reklámformát, függetlenül a kommunikációs eszköztől (médiától) és a forgalmazási csatornától. További aggályos kérdést jelent a második nyilvánosságot használó marketing (*buzz marketing*) és az élőszavas kommunikáció (*word-of-mouth*). Az önszabályozási testületeknek folyamatosan vizsgálniuk kell minden olyan folyamatot, amely jelentősen növelheti az önszabályozás körén kívüli reklámok arányát. Mind európai, mind nemzeti szinten jelentős erőfeszítéseket tettek alapvető jogi követelmények megteremtésére a közvet-

len és a közvetett marketing számára. A jogi szabályozás ezért megerősíti az egyes marketingszektorok önszabályozását. Az önszabályozási szervezeteknek lépést kell tartaniuk az újonnan megjelenő technikai megoldásokkal, minden érdekcsoporttal meg kell vitatniuk az adott technikai megoldások által felvetett aggályokat, és haladéktalanul el kell dönteniük, hogy maguk foglalkoznak ezekkel az aggályokkal, vagy jelzik a szabályozó hatóságoknak a probléma létét. Az állami hatóságok nem vélelmezhetik, hogy az önszabályozás minden olyan kérdést megragad, amelyre vonatkozóan a jogi megközelítés nem tűnik megfelelőnek.

Finanszírozás • A finanszírozás tekintetében a kerekasztalon általános egyetértés volt abban, hogy az iparági önkéntes finanszírozást a szakpolitikának erőteljesen támogatnia kell.

Lex Fori International Lawyers, 2001

A Lex Fori International Lawyers által az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága számára 2001-ben készített, *Study to identify best practice in the use of soft law and to analyse how this best practice can be made to work for consumers in the European Union* című tanulmány nem általában az önszabályozással foglalkozik, hanem a „puha jogi” rendelkezések európai fogyasztóvédelmi használhatóságával (*Lex Fori ...* [2001]). A tanulmány azonban elsősorban az önszabályozás keretében született szabályokat tekinti puha jogi instrumentumoknak, így megállapításai a tanulmányunk szempontjából is iránymutatásul szolgálhatnak (1.1.1. pont).

Lex Fori ... [2001] szerint azok az iparágak alkalmasak különösen arra, hogy *puha jog* fejlődjön ki bennük, amelyek

- piacain a diszfunkciók költségeit nagymértékben az iparágban jelen lévő más vállalkozások viselik, ez pedig a vállalkozásokat a diszfunkcionális tevékenység csökkentésére ösztönzi;
- piacai versengők és jól szervezettek, homogén termékkel (bankok és pénzügyi intézmények, biztosítás);
- piacain a vállalkozások és a fogyasztók között sok a konfliktus (biztosítás, utazási ügynökségek);
- piacain a vállalkozások megfelelően megérték az önszerveződésre és arra, hogy figyelembe vegyék a fogyasztók aggályait;
- piacain a termék a fogyasztók egészsége és biztonsága szempontjából nem nélkülözhetetlen.

A *Lex Fori ...* [2001] a puha jog sikeressége szempontjából három központi tényezőt határoz meg: szabályalkotás (*drafting and definition*), ellenőrzés (*monitoring*), szankciók és jogorvoslati eszközök (*sanctions and means of redress*). Mindegyik té-

nyező tekintetében három elvnek kell érvényesülnie: a tájékoztatás, a függetlenség és a részvétel elvének.

Szabályalkotás: ismert és elismert puha jog • A puha jogot – hatásos érvényesülésének érdekében – az összes érintett érdekcsoport bevonásával kell kidolgozni, ezt követően a lehető legszélesebb körben terjeszteni.

Tájékoztatás elve: fontos, hogy az érintett iparágban a fogyasztókat és magukat a szakértőket is tájékoztassák a puha jog létezéséről; a puha jog széles körű elterjedéséhez megfelelő tájékoztató program szükséges.

Függetlenség elve: a független személyek részvétele a puha jog kialakításában, megszövegezésében növeli a fogyasztói bizalmat.

Részvétel elve: a puha jogot pragmatikusan és koncentrált módon kell kialakítani a fogyasztók, a kormányzat és a fogyasztói ügyekben illetékes hatóságok részvételével.

Ellenőrzött puha jog • A puha jog sikeressége jórészt a szabálykövetés érintettek általi ellenőrzésén múlik. Ennek érdekében független ellenőrző mechanizmusok alkalmazása szükséges.

Tájékoztatás elve: a puha jog alkalmazásának ellenőrzésére szolgáló mechanizmusokat a fogyasztók számára széles körben ismertté kell tenni.

Függetlenség elve: a puha jog hatékony érvényesülése érdekében biztosítani kell, hogy azt egy kifejezetten erre a célja létrehozott testület alkalmazza. Kívánatos, hogy az ellenőrző testületek függetlenek legyenek a puha jogi szabályokat megszövegező személyektől.

Részvétel elve: a puha jog hatásossága akkor biztosítható, ha annak alkalmazásában minden érdekcsoport részt vesz.

A puha jog szankciói • A fogyasztók számára hatásos jogorvoslati eszközöknek kell rendelkezésre állniuk a szabályokat sértő magatartás szankcionálása érdekében. Ez különböző módokon történhet: mediáción keresztül, választottbíráskodás révén vagy panaszkezelési testület felállításával.

Tájékoztatás elve: az érintettek megfelelő tájékoztatása a jogorvoslati lehetőségekről és az elrettentő szankciók egyaránt hatásosabbá teszik a rendszert; a tájékoztatás ugyancsak kiterjedhet az alkalmazott szankciókról történő híradásra.

Függetlenség elve: a panaszokat kivizsgáló és a szankcionáló testületeknek – függetlenül a rendszer által alkalmazott panaszkezelési módszertől (mediáció, választottbíráskodás vagy panaszkezelési testület) – mind a vállalkozásoktól (termelők-től, szolgáltatóktól), mind a fogyasztóktól függetlennek kell lenniük.

Részvétel elve: a rendszer hitelességének biztosítása érdekében lényeges, hogy a jogorvoslati mechanizmusokat a fogyasztók ténylegesen igénybe vegyék és alkalmazzák.

EIM Business & Policy Research – Self-Regulation Practices
in SANCO Policy Areas, 2008

Az Európai Bizottság Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatósága megbízásából készített tanulmány (*van der Zeijden–van der Horst* [2008]) az önszabályozás hatásosságának a következő fő tényezőit határozza meg. Az egyes tényezők súlya a körülményektől függ, és azok egymással összefüggnek. Számos esetben nem mindegyik tényezőnek van azonos jelentősége.

Jogalap és kormányzati részvétel • Az önszabályozáshoz világos jogi keretekre van szükség, amelyek elegendő teret engednek a magánszereplőknek. Gyakori vélemény, hogy az önszabályozás nem működhet megfelelően valamilyen jogi felhatalmazás nélkül. A magánszereplők által kidolgozott iránymutatásoknak gyakran az a rendeltetése, hogy segítsék a vállalkozásokat a jogi követelményeknek való megfelelésben. A magánszereplők gyakran jobban ki tudják dolgozni a követelmények részleteit, mivel jobban ismerik az adott szektor jellemzőit.

A kormányzat úgy játszhat szerepet az önszabályozásban, hogy ösztönzi, együttműködik, illetve jóváhagyja az önszabályozási rendszert.

Elkötelezettség • Az önszabályozási rendszer csak akkor működhet hatásosan, ha az érintettek elkötelezettek mellette. A magánszereplőknek érdekelteknek kell lenniük az önszabályozás őket érintő kérdéseiben. Ilyen érdekek fakadhatnak például a szektor arculatának javításából, a jogi követelményeknek való megfelelés támogatásából. A felek elkötelezettsége formalizálható azzal, ha a magatartási kódexet aláírják. Az önszabályozás költséges és időigényes, ezért szükség van az önszabályozás finanszírozásának biztosítására és fenntartására.

Monitoring és a rendelkezések teljesítése • Az önszabályozás haszontalan, ha senki sem követi a rendelkezéseit. Ezért fontos a nyomon követés (monitoring), nem teljesítés esetén a panaszok kezelése és a szankciók lehetősége. A rendszeres monitoring során nyomon kell követni a célok elérését, a teljesítményt, a rendszer működését stb. A panaszkezelés különböző módjai és a szankciók lehetősége (figyelmeztetés, kizárás, nem teljesítés nyilvánosságra hozatala) növelheti az önszabályozás színvonalát.

Szervezet • Az önszabályozás kifejlesztése és fenntartása erős szervezetet igényel, amely az iparág jelentős részét átfogja, és amelynek pozíciója erős. Az önszabályozásban fontos az érdekcsoportok közötti együttműködés.

Részvétel • Az önszabályozás kifejlesztése és fenntartása szempontjából szükséges az érdekcsoportok és a független testületek részvétele. Az érdekcsoportok bevonására

lehetőség szerint már a magatartási kódex kidolgozásakor sort kell keríteni. A független testületek részvétele a magatartási kódex megalkotásában, a panaszkezelésben, a monitoringban stb. hozzájárulhat a rendszer hatásosságához.

Hozzáigazítás és rugalmasság • Az önszabályozás egyik legnagyobb előnye az állami szabályozással szemben a rugalmasság. Ennek megfelelően elengedhetetlen az önszabályozási rendszerek folyamatos felülvizsgálata és frissítése.

Office of Fair Trading – Policy Statement: The role of self-regulation
in the OFT’s consumer protection work, 2009

Az OFT szakpolitikai állásfoglalása (*OFT [2009b]*) – részletes közgazdasági elemzés és az érdekelték észrevételei alapján – azonosított néhány helyzetet, amikor az önszabályozás a hatóság megfontolására alkalmas lehet:

- a termék vagy szolgáltatás minőségét a fogyasztó nem tudja könnyedén felismerni, és így a fogyasztó nem tudja pontosan megítélni, hogy mit kap;
- a piacon a kisebb szállítók viszonylag nagy arányban vannak jelen, mivel a kisebb vállalkozások számára, kollektív eszközök hiányában, nagyobb nehézséget okozhat a jó hírnév kialakítása;
- a piaci szereplők attól tartanak, hogy az egész iparág jó hírneve sérülhet egyes vállalkozások kifogásolható magatartása miatt, és változtatni szeretnének azon vállalkozások ösztönzőin, amelyek kevesebbet veszíthetnek, valamint rendszabályozni kívánják magatartásukat;
- a szabályozás valamilyen formájának hiánya a piacon (vagy további szabályozás hiánya) a fogyasztói károkat növelheti;
- megfelelő fékek és egyensúlyok vannak beépítve a rendszerbe az esetleges kockázatok csökkentése érdekében, hogy az önszabályozással kapcsolatos célok megvalósuljanak (*OFT [2009b]* 16–17. o.).

Az OFT szakpolitikai állásfoglalásában a „minőség” kifejezést tágan kell értelmezni: a fogyasztói tapasztalat egészére vonatkozik, és magában foglalja a termék vagy szolgáltatás minőségét, az ügyfélszolgálatot, a közölt információt és az értékesítést követő tevékenységet (*OFT [2009b]* 4. o.). Az OFT szakpolitikai állásfoglalása részletesen ismerteti azokat a feltételeket, amelyek hozzájárulhatnak az önszabályozás sikeréhez.

Minőség szintje • Világos szakpolitikai célokra van szükség annak bemutatására, hogy miként kezelik a minőséggel kapcsolatos problémákat. Ez különösen fontos akkor, amikor a fogyasztók számára a minőség megítélése nehéz vagy lehetetlen. Ha az önszabályozással nagymértékben összehangolhatók a magánérdekek a közér-

dekkel, az értéket jelenthet mind a vállalkozások, mind a fogyasztók számára, képes lehet piaci problémák megoldására. A vállalkozásokat az ösztönözheti az önszabályozásban való részvételre, ha általa nyereségesebbé válhatnak, és számukra előnyei meghaladják a költségeiket.

Szervezet • A vállalkozásoktól elkülönülő, kifejezetten az önszabályozás feladatát ellátó szervezet minimalizálja a vállalkozások érdekeiből fakadó összeférhetlenségi problémákat. Ez különösen akkor jelentős, ha az önszabályozási rendszerben az egész iparág vagy annak jelentős része részt vesz. Az iparági vezetőknek őszintén elkötelezetteknek kell lenniük az önszabályozási kezdeményezés mellett. Az önszabályozási rendszerben független, az iparághoz nem kötődő érdekcsoportoknak (fogyasztói szervezetek, hatóság képviselői, szakértők) is részt kell venniük, és lehetőséget kell kapniuk a döntések befolyásolására. Ez különösen fontos, ha a piacon a fogyasztói hátrányok jelentősek, vagy a piac dinamikus, és gyorsan változik. Az önszabályozási rendszer működéséhez megfelelő és fenntartható források szükségesek.

Alkalmazási kör • Az önszabályozási rendszernek tág alkalmazási körrel/hatókörrel kell rendelkeznie, és a piac egészét befolyásolnia kell.

Eszközök, amelyek meghatározzák a minőség szintjét • Világos szabályokat kell lefektetni, amelyek biztosítják a jogi előírások betartását, és nem korlátozzák a versenyt. A magatartási szabályok kialakításakor fel kell használni az iparági szakértelmet. Ez különösen fontos az összetett terméket tartalmazó és a gyors technológiai változásokon átmentő piacokon.

Eszközök, amelyek észrevehetőbbé teszik a minőséget • Az önszabályozási rendszert meg kell ismertetni a társadalom tagjaival – a fogyasztóközpontú rendelkezésekkel kapcsolatos tájékoztatás alkalmat ad erre. Segítheti a tájékozott fogyasztói döntéshozatalt, ha az önszabályozási rendszerhez tartozó vállalkozásokkal történő ügyletkötések előnyei a fogyasztók előtt is ismertekké válnak. Ez növeli a jó hírnevet, a bizalmat a piacon, és csökkenti a potyázás lehetőségét. Előfordulhat, hogy a fogyasztók nem ismerik az önszabályozást nem vállaló vállalkozások ügyletkötéseinek lehetséges következményeit, ezért proaktív hirdetések segíthetik a részt vevő vállalkozásokat abban, hogy a rendszer előnyeit élvezhessék. Ez a szempont különösen fontos az úgynevezett bizalmi jószágok esetén.

Az önszabályozási rendszert, eljárásait és eredményeit könnyen érthetővé és átláthatóvá kell tenni. A bizalom építése az önszabályozási együttműködés szerves része, elősegíti az előnyök megértését. Ez különösen fontos azokon a piacokon, ahol a fogyasztókat érő hátrányok nagyok, vagy ahol sérült a fogyasztói bizalom.

Eszközök a minőséggel kapcsolatos szabályok nem teljesítése esetén • A vitarendezési eljárásoknak világosaknak kell lenniük, elnyerve a fogyasztó bizalmát az iránt, hogy az önszabályozási rendszer valóban meg kívánja oldani az esetleges hibákból fakadó problémákat.

A nehézkes bírósági eljárást helyettesítő hatásos és általánosan ismert független jogorvoslati rendszer növelheti a fogyasztók bizalmát a számukra még ismeretlen vállalkozások iránt. Ez a szempont különösen fontos az olyan piacokon, ahol sok a fogyasztói panasz, és magasak az anyagi hátrányok.

Az olyan jól kialakított és hatásos szankcióknak valódi a visszatartó ereje, amelyek figyelembe veszik a piacot és annak problémáit. A végső büntetés a kizárás lehet; ennek azonban az a hátránya, hogy ezzel a rendszer elveszíti a befolyását a kizárt vállalkozás felett. Ezért más szankcióknak is rendelkezésre kell állniuk (figyelmeztetés, bírság és nyilvánossághoz fordulás) azért, hogy a büntetés arányos legyen.

Operatív tevékenység • A vállalkozásokat segíteni kell abban, hogy a szabályokat be tudják tartani. Ez különösen akkor fontos, ha az önszabályozás szisztematikus iparági problémákra vonatkozik, a szabályok eltérnek a bevett kereskedelmi gyakorlattól, vagy nagyon bonyolultak. Az önszabályozási rendszerbe be kell építeni a proaktív ellenőrzést. Ez különösen fontos a bizalmi szolgáltatások esetén, ahol a fogyasztók esetleg nincsenek tisztában azzal, hogy a termék vagy szolgáltatás megfelelő minőségű-e. A szankciókat aktívan ki kell kényszeríteni.

Jogalkotási támogatás vagy kormányzati részvétel • Az önszabályozási rendszert megfelelő hatósági (kormányzati) támogatásban kell részesíteni.

ÖSSZEGZÉS

Az önszabályozás hatásossága szempontjából az előfeltételek két csoportját különböztethetjük meg egymástól: *külső*, körülményjellegű előfeltételek, valamint *belső*, az önszabályozás kialakításában érvényesülő előfeltételek.

1. A külső, körülményjellegű előfeltételek következtében bizonyos iparágak és helyzetek esetében különösen hatásos az önszabályozás: például akkor, amikor az abban részt vevő vállalkozások érdekeltek az önszabályozásban és annak hatásosságában. Ez az érdekeltség adódhat mind politikai, mind gazdasági okokból.

Politikai okból érdekeltek a vállalkozások az önszabályozás megvalósításában, amikor látható, hogy ha ők maguk nem szabályozzák a saját magatartásukat, a kormányzat, a parlament vagy más hatóság megteszi helyettük. A külső politikai kényszer megjelenésének formája nem szükségszerűen valamilyen konkrét „fenyegetés”

– a hosszú távon és prudens módon gondolkodó vállalkozások számára azért is racionális az önszabályozás, mert ezzel megelőzhető a választópolgárok haragja vagy annak lecsapódása a politikai döntéshozatalban.

A *gazdasági szempontú érdekelttség* mind negatív, mind pozitív külső gazdasági hatásokból fakadhat. Negatív külső gazdasági hatások érvényesülnek olyan piacokon, ahol a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat költségei jelentős részben az iparágban jelen lévő más, tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytató vállalkozásoknál csapódnak le (például egyes vállalkozások tisztességtelen kereskedelmi gyakorlata az egész iparág jó hírnevét, társadalmi elismertségét rombolja). Különösen igaz ez abban az esetben, ha a fogyasztó nem vagy csak nehezen tudja megítélni a termék vagy szolgáltatás minőségét, ami erkölcsi kockázatot és kontraszelekciót eredményez. Ebben az esetben a tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytató vállalkozások érdekeltek a negatív külső gazdasági hatások csökkentésében, illetve megszüntetésében. *Pozitív külső gazdasági hatás*: a piacon számos kis- vagy közepes vállalkozás van jelen, amelyek számára nehézséget okoz az „erős védjegy” kialakítása, és ebből fakadóan a kedvező piaci reputáció kialakítása, valamilyen kollektív védjegy kialakításával azonban ez a probléma megoldható.

2. A belső, az önszabályozás kialakítására vonatkozó feltételek azokat a követelményeket határozzák meg, amelyek követése esetén a rendszer hatásosságát az önszabályozás jellegének kialakításával biztosítani lehet.

Az önszabályozásnak az érintett érdekcsoportok (vállalkozások, fogyasztói szervezetek, hatóság) részvételével és aktív közreműködésével kell megvalósulnia (*részvétel elve*). Ez biztosítja a speciális iparági szakértelem hasznosítását, a résztvevők rendszer iránti elkötelezettségét, illetve a rendszer elismertségét.

A részvétel elvével párhuzamosan érvényesülnie kell a *függetlenség elvének*. Az iparági érdekektől független szakértőknek már az önszabályozási magatartási kódex megalkotásában részt kell venniük, a magatartási kódex alkalmazásában és értelmezésében (panaszkezelésben, vitarendezésben) pedig meghatározó szerepet kell kapniuk; ennek értelmében a panaszkezelő, illetve a vitás kérdéseket rendező testület tagjainak többségében iparági érdekektől független szakértőknek kell lenniük. Ehhez kapcsolódik az elkülönült önszabályozási szervezet követelménye.

Az önszabályozás sikerességének és hatásosságának garanciáját az erőteljes publicitás jelenti (*tájékoztatás/nyilvánosság elve*). Ehhez aktív erőfeszítéseken alapuló nyilvánosságra és népszerűsítési tevékenységre van szükség, amely kiterjed a magatartási kódexre, az önszabályozási szervezetre, a panaszkezelésre és a vitarendezésre, az elért eredményekre, valamint a kiszabott szankciókra. Egyrészt, az önszabályozás megjelenése a köztudatban erősíti az önszabályozási mechanizmus elfogadottságát, tudatosítja a fogyasztóban a panaszkezelési lehetőségeket, valamint növeli az önszabályozási rendszerrel kapcsolatos vállalati tudatosságot. Másrészt, minél nagyobb az önszabályozási rendszer közismertsége, annál hatásosabbak az általa alkalmazott szankciók (magatartási kódex megsértésének megállapítása, kizárás stb.). Fontos,

hogya a jó hírnév sérelmének megterhelésén alapuló szankciók (*name and shame* szankció) aktív publicitást kapjanak.

Az önszabályozási rendszer kulcseleme az *ellenőrzés* és a *kikényszerítés* (*Gunningham–Rees* [1997] 396. o.). Minél tágabbak az önszabályozás keretében megalkotott szabályok, annál nagyobb problémák merülhetnek fel a végrehajtással kapcsolatban. A tapasztalat azt mutatja, hogy annál hatékonyabb az önszabályozás, minél konkrétabb szabályokat alkotnak (*Campbell* [1999] 761. o.).

Az önszabályozásnak, egyrészt, szisztematikusan ellenőriznie kell a magatartási kódex rendelkezéseinek érvényesülését és követését (*monitoring*), másrészt, lehetővé kell tennie az egyéni panaszok kezelését és az egyéni vitarendezést (*panaszkezelés*). Ennek érdekében felhasználóbarát, egyszerű és gyors panaszkezelési eljárást kell kialakítani és működtetni. A magatartási kódex kikényszerítését *hatásos és elrettentő szankciókkal* kell alátámasztani (*Gunningham–Rees* [1997] 386. o.). Az önszabályozási rendszer hatásosságához és megfelelő működéséhez szükséges a jogi környezet és az állami *hatóságok támogatása*.

IRODALOM

- AHERN, D. [2007]: Case Comment, *Hemat v The Medical Council: The Wouters Legacy revisited*. *European Competition Law Review*, Vol. 28. No. 6. 366–370. o.
- ANDREWS, P. [2002]: Self-regulation by professions – the approach under E.U. and U.S. competition rules. *European Competition Law Review*, Vol. 23. No. 6. 281–285. o.
- BAARMSMA, B.–FELSO, F.–VAN GEFFEN, S.–MULDER, J.–OOSTDIJK, A. [2003]: Do it yourself? Stock-taking study of self-regulation instruments. SEO Amsterdam Economics, Amsterdam.
- BLACK, J. [1996]: Constitutionalising self-regulation. *The Modern Law Review*, Vol. 59. No. 1. 24–55. o.
- BLUMROSEN, A. W. [1983]: Six conditions for meaningful self-regulation. *American Bar Association Journal*, Vol. 69. 1264. o.
- CAMPBELL, A. J. [1999]: Self-regulation and the media. *Federal Communications Law Journal*, Vol. 51. No. 3. 711–772. o.
- DE GROOTE, B.–DE VULDER, K. [2007]: European Framework for Unfair Commercial Practices: Analysis of Directive 2005/29. *Journal of Business Law*, január 16–42. o.
- DEARDS, E. [2002]: Case Comment. Closed shop versus one stop shop: the battle goes on. *European Law Review*, Vol. 27. No. 5. 617–628. o.
- DENMAN, D. [2002]: Case Comment. European Court of Justice: anti-competitive agreements – professional rules – Netherlands Bar. *European Competition Law Review*, Vol. 23. No. 6.
- DIXON, W. D. [1968]: Self-regulation – panacea or pitfall? *University of Richmond Law Review*, Vol. 3. No. 1. 29–61. o.
- EASA [2003]: Advertising self-regulation: The Essentials. A layman’s guide to self-regulation. European Advertising Standards Alliance, 24 o. http://www.easa-alliance.org/binarydata.aspx?type=doc/ASR_the_essentials.pdf/download.

- EASA [2004]: The EASA Best Practice Self-Regulatory Model. Appendix 3. http://www.easa-alliance.org/binarydata.aspx?type=doc&sessionId=usghiyxnqig3ic55kdlubi9/EN_Best-PracticeModel.pdf.
- EASA [2006]: Self-Regulation in the EU Advertising Sector. A report of some discussion among interested parties. Health and Consumer Protection Directorate General.
- EASA [2009]: International Guide to developing a self-regulatory organisation. Practical advice on setting up and consolidating and advertising self-regulatory system. European Advertising Standards Alliance.
- EC [2001a]: White Paper on European Governance. COM(2001) 428 final. http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/l10109_en.htm.
- EC [2001b]: Commission Recommendation of 4 April 2001 on the principles for out-of-court bodies involved in the consensual resolution of consumer disputes not covered by Recommendation 98/257/EC. Official Journal, L 109/56 4.19. 2001.
- ENGLE, M. [2009]: An international perspective. Mary Engle beszéde a Business Leadership in Consumer Protection. OFT conference on self regulation and industry-led compliance című konferencián 2009. március 18-án.
- EP–EC [2003]: Interinstitutional Agreement on better law-making. European Parliament, Council of the European Union, Commission of the European Communities, (2003/C 321/01) Official Journal, C 321/1, 2003.12.31.
- EURÓPAI PARLAMENT ÉS TANÁCS [1995]: Az Európai Parlament és a Tanács 95/46/EK irányelve (1995. október 24.) a személyes adatok feldolgozása vonatkozásában az egyének védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról. Hivatalos Lap, L 281, 23.11.1995. 31. o. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:hu:HTML>.
- EURÓPAI PARLAMENT ÉS TANÁCS [2000]: Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi vonatkozásairól. (Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv) Hivatalos Lap, L 178., 2000.7.17. 1–16. o. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:HU:HTML>.
- EURÓPAI PARLAMENT ÉS TANÁCS [2005]: 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/EKG 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 módosításáról. (Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról) Hivatalos Lap, L 149. 11/06/2005. 22–39. o. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32005L0029:HU:HTML>.
- EURÓPAI PARLAMENT ÉS TANÁCS [2010]: Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról. (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) Hivatalos Lap, L 95. 15/04/2010 1–24. o. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:01:HU:HTML>
- GUNNINGHAM, N.–REES, J. [1997]: Industry self-regulation: An institutional perspective. Law & Policy, Vol. 19, No. 4. 363–414. o.
- KAY, J. A. [1988]: The Forms of Regulation. Megjelent: *Seldon, A.* (szerk.): Financial Regulation – or Over-Regulation. Institute of Economic Affairs, London, 33–42. o.

- LAO, M. [2000]: Comment: The Rule of Reason and Horizontal Restraints Involving Professionals. *Antitrust Law Journal*, Vol. 68. 499–526. o.
- LEVIN, H. J. [1967]: The limits of self-regulation. *Columbia Law Review*, Vol. 67. No. 4. 603–643. o.
- LEX FORI ... [2001]: Study to identify best practice in the use of soft law and to analyse how this best practice can be made to work for consumers in the European Union. *Lex Fori International Lawyers*, http://www.lexfori.net/soft_law_en.htm.
- LOOZEN, E. [2006]: Professional ethics and restraints of competition. *European Law Review*, Vol. 31. No. 1. 28–47. o.
- NEWGOV [2007]: New Modes of Governance. Self- and Co-Regulation Instruments in the EU Legal Framework: Limits and Conditions of Use. University of Basel. http://www.eu-newgov.org/database/DELIV/D04D69_Limits_of_self-regulation.pdf.
- OFT [2006]: Implementing the EU Directive on Unfair Commercial Practices and Amending Existing Consumer Legislation. A consultation response by the Office of Fair Trading. OFT839. Office of Fair Trading, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/offt_response_to_consultations/offt839.pdf.
- OFT [2009a]: The economics of self-regulation in solving consumer quality issues. OFT1059. Office of Fair Trading, http://www.offt.gov.uk/shared_offt/economic_research/offt1059.pdf.
- OFT [2009b]: Policy statement. The role of self-regulation in the OFT's consumer protection work. OFT1115. Office of Fair Trading, 31 o. http://www.offt.gov.uk/shared_offt/reports/consumer-policy/offt1115.pdf.
- OGUS, A. [1995]: Rethinking Self-Regulation. *Oxford Journal of Legal Studies*, Vol. 15. No. 1. 97–108. o.
- PAGE, A. C. [1986]: Self-regulation: The constitutional dimension. *The Modern Law Review*, Vol. 49. No. 2. 141–167. o.
- SCHIEK, D. [2007]: Private rule-making and European governance – issues of legitimacy. *European Law Review*, Vol. 32. No. 4. 443–466. o.
- SZYSZCZAK, E. [2007]: Competition and sport. *European Law Review*, Vol. 32. No. 1.
- VAN DEN BOGAERT, S.–VERMEERSCH, A. [2006]: Sport and the EC Treaty: A tale of uneasy bedfellows. *European Law Review*, Vol. 31. No. 6.
- VAN DER ZEIJDEN–VAN DER HORST [2008]: Self-Regulation Practices in SANCO Policy Areas. Final Report. EIM Business & Policy Research, Zoetermeer, http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/self_regulation/docs/self-reg-SANCO-final.pdf.
- VEVER, B. [2005]: The Current State of Co-Regulation and Self-Regulation in the Single Market. EESC pamphlet series. European Economic and Social Committee, Brüsszel, http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/2018_cahier_en_smo_def.pdf.