

A CÉGNÉVVEL VALÓ INTERNETES VISSZAÉLÉS EGYES ESETEI ÉS AZ AZOKKAL SZEMBENI FELLÉPÉS LEHETŐSÉGEI*

Szántai Sándor¹

Pedig éppen olyan hétfőnek indult ez is, mint a többi. Főhősünk (akit a továbbiakban csak cégvezetőként említünk) irodájában kavargatta kávéját és próbálta magát ráhangolni az előtte álló, az év vége közeledtére figyelemmel különösen megerőltetőnek ígérkező hétre. Bevett szokása volt ilyenkor végigszáguldani a híroldalakon, de most valahogy nem volt kedve hozzá, az utóbbi időben csupa olyan dolog jött vele szemben a neten, ami elszomorította, lehangolta vagy éppen feldühítette. De ő most pozitív energiákból szeretett volna erőt meríteni az előtte álló feladatokhoz.

Megvan! Eszébe jutott, mi lenne, ha rákeresne saját magára, mármint nem a saját személyére, hanem élete fő művére, a CÉG-re, amit nemcsak vezet, de tulajdonosként immár több mint 23 éve építget is.

Be is gépelte gyorsan a keresőbe a CÉG nevét, s míg a találatokra várt, már-már könnybe lábadó szemmel gondolt vissza a kezdetekre, a bérelt kicsi garázsra, ahonnan indult, s hogy hogyan jutott el oda, hogy mára már nem egy kicsi garázsban, hanem egy több fiókteleppel rendelkező vállalkozás minden igényt kielégítő központi irodaházában kavargatja kávéját, egy olyan irodában, ami legalább kétszer akkora, mint az a kicsi bérelt garázs volt. De igazi büszkeséggel mégsem ez töltötte el, hanem az a tudat, hogy több száz család megélhetését tudja biztosítani, valamint a vásárlók elégedettsége. Pont ez volt a terve, hogy beleolvassat a legújabb vevői értékelésekbe, azoktól biztosan jobb kedvre fog derülni, ez már máskor is segített.

E gondolatok közepette, a Google meg is jelenítette a találati listát. De mi történt, miért nem látja a találatok között a CÉG-et? Biztosan elgépelte valamit – gondolja. Újrapróbálgatja. Az eredmény ugyanaz. Ekkor veszi észre, hogy ott van a találatok között a CÉG, ott a jól ismert logó, de csak a negyedik, ötödik helyen, a képernyő alján, azért nem tűnt fel az imént.

De várjunk csak! Hát ez hogyan lehetséges? A lista elején csupa olyan találat jelent meg, melyhez tartozó URL és a mellette lévő logó nem a CÉG-é, de a találat „kattintható” címsorában vagy az alatta lévő leírásban ott van a CÉG neve. Véletlenszerűen kiválaszt egyet és rákattint az egyik „gyanús” találatra. Teljesen ismeretlen vállalkozás weboldala jelenik meg előtte, olyan vállalkozásé, ami ugyanolyan termékeket árul, mint amelyeket ők is.

Kezdeti döbbenetéből ocsúdva kezd leesni, mivel áll szemben: valaki a CÉG nevével visszaélve hirdeti a saját portékáját. A gyanútlan vevő a CÉG-re, annak

* DOI 10.21867/KjK/2025.3.2.

¹ Dr. Szántai Sándor, ügyvéd

termékére rákeresve, majd az első találatok egyikére kattintva egy olyan webshopban találja magát, amihez a CÉG-nek nincs semmi köze.

Hát, bár nem úgy, ahogy tervezte, de sikerült felpörgetnie magát. Innentől kezdve hideg fejjel, a probléma teljes feltárására törekedve a cégvezető elmondja a CEG informatikusainak, hogy mit tapasztalt, kérve, hogy nézzenek utána a dolognak.

Az informatikusok rövid időn belül szólnak is: – Főnök, nemcsak a fizetett (szponzorált) Google hirdetésekkel van a baj, hanem az idegen cég weboldala egyes aloldalainak metaadataival is, azokban is megtalálható a CÉG neve.

Itt kezdi elveszteni a fonalat. Mi a csuda az a metaadat? Elmagyarázzák neki: a metaadatok olyan rejtett információk egy weboldalról, amelyeket elsősorban a keresőmotoroknak adunk meg (ilyen pl. a Google), nem a látogatók olvassák közvetlenül az oldalon. A metaadat tulajdonképpen „adat az adatról”, vagyis az oldal tartalmát írja le, foglalja össze, de nem maga a tartalom. A gyakorlatban a két legfontosabb része a meta title (title tag), ami a keresőmotorok által megjelenített találatok címeként jelenik meg, illetve a meta description, ami a találat leírását tartalmazza (ha nem adják meg, akkor a keresőmotor generálja az oldal szövegéből). A meta title és a meta description nagyon fontos tényezők a SEO szempontjából is.

Na tessék! Már megint kínaiul beszélnek. Mi az a SEO? – teszi fel a cégvezető az újabb kérdést. A SEO a Search Engine Optimization rövidítése, ami magyarul annyit tesz: keresőoptimalizálás. Olyan tevékenység, ami arra irányul, hogy a keresőmotorok az adott weboldalt az organikus (nem fizetett) találati listában minél előbb jelenítsék meg. A keresőmotorok a találati lista rangsorolásakor nagyon sok tényezőt (oldal betöltésének sebessége, oldal mobilbarát jellege, az oldal tartalma, felépítése, kulcsszavak stb.) vesznek figyelembe, melyek közül kiemelkedő jelentőségű a meta title és a meta description, már csak arra is figyelemmel, hogy ezek alkalmasak arra, hogy kulcsszavakat jelenítsenek meg benne, azaz olyan szavakat, melyekre az felhasználók rákeresnek.

Ennyi új információ, ismeret után a cégvezető tudta mit kell tennie: a továbbiakban a jogászoké a terep, hogy a világ, vagyis az ő kis világa kibillent egyensúlyát megpróbálják helyreállítani.

1. A jogsértés anyagi jogi beazonosítása

1.1. Versenyjogi és fogyasztóvédelmi jogalapok

Írásunk – e képzeletbeli megbízást elfogadva – arra keresi a választ, hogy milyen jogszabályi alapon lehetséges fellépni a fentiekben vázolt jogsértésekkel szemben, s ezen lépések milyen eljárások keretében tehetők meg.

Kísérletet teszünk a versenyjogi, a klasszikus magánjogi és a büntetőjogi alapon megtehető lépések lehető legteljesebb spektrumának feltárására.²

A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) a II. Fejezetében szabályozza azokat a – témánk szempontjából figyelmet érdemlő – magatartásokat, amelyek megvalósulásuk esetén a tisztességtelen verseny tilalmába ütköznek, III. Fejezetében pedig azokat, melyek megvalósulásuk esetén az üzleti döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmát sértik. Vizsgálódásunk elsőként az utóbbira irányul.

Tilos a gazdasági versenyben az üzletfeleket megtéveszteni.³ Az üzletfelek megtévesztésének minősül a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló olyan üzleti kommunikációja – ideértve bármely információközlést, annak megjelenési módjától, eszköztől függetlenül –, egyéb magatartása, tevékenysége vagy mulasztása (a továbbiakban együtt: üzleti gyakorlat), amely

a) jelentős információ tekintetében valótlan tényről tartalmaz, vagy valós tényről – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszsze azokat az üzletfeleket, akik felé irányul, vagy akik tudomására juthat, vagy

b) – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben az üzletfél üzleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre,

és ezáltal befolyásolja az üzletfelek vagy lehetséges üzletfelek gazdasági magatartását, vagy erre alkalmas.⁴

A (2) bekezdés alkalmazásában jelentősnek minősül különösen az olyan információ, amely az alábbiak közül egy vagy több tényezőre vonatkozik:

a) az áru lényeges jellemzői, így különösen:

ac) származási helye, eredete.⁵

Témánk szempontjából a Tpv. 8. § (3) bekezdése a) pontjának ac) alpontja szerinti eset bírhat jelentőséggel, amennyiben a jogsérelmet elszenvedő vállalkozás jogsértéssel érintett neve egyben az áru származási helyére, eredetére vonatkozóan is tartalmaz információkat (pl. földrajzi árujelzőként oltalmat élvez). Mindezek alapján a következő megállapítások tehetők.

A Tpv. 8. § (1)-(3) bekezdése tehát az üzletfelekkel szembeni tisztességtelen üzleti gyakorlatot meghatározó törvényi tényállást rögzít, biztosítva az ilyen jogsértésekkel szembeni fellépés jogalapját.

² A közvetett jellegű, közigazgatási típusú versenyjogi eljárások nem képezik jelen eljárás tárgyát. Lásd ehhez: Bordás Péter (2025): Az uniós versenyjog tagállami érvényesülésének kihívásai - Példák a Kúria közigazgatási ügyszakában hozott versenyjogi döntésekből. *Kúriai Döntések*, 2025/2, 380-385.

³ Tpv. 8. § (1) bekezdés

⁴ Tpv. 8. § (2) bekezdés

⁵ Tpv. 8. § (3) bekezdése a) pontjának ac) alpont

Az üzletfél fogalmát a Tpvt. 2. §-a szerinti tartalommal kell használni, így üzletfél különösen a megrendelő, vevő, igénybevevő és felhasználó. Bár az üzletfél fogalom meghatározása exemplifikatív, abból annak ellenére hiányzik a fogyasztó, hogy maga a Tpvt. egyébként több helyen használja a fogyasztó megjelölést is. Ebből a körülményből az következik, hogy a jogalkotó az üzletfél fogalmába a fogyasztót nem kívánta beleértetni, de legalábbis a Tpvt. 8. §-a vonatkozásában bizonyosan nem.

Ezt az értelmezést erősíti a Tpvt. 10/A. §-ának (1) bekezdése, mely szerint a 8. § és a 9. § rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha az üzleti gyakorlat kizárólag önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében eljáró személyt érint.

A Tpvt. 10/A. §-ának (1) bekezdését – a teljes III. Fejezet „cseréjével” egyidejűleg – a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény, valamint a Gazdasági Versenyhivatal eljárásaival összefüggő egyes törvényi rendelkezések módosításáról szóló 2013. évi CCI. törvény 5. §-a iktatta be a Tpvt.-be 2014. július hó 1-i hatállyal.

A 2013. évi CCI. törvény 5. §-ához fűzött miniszeri indokolás⁶ szerint:

„A Javaslat az üzletfelek megtévesztésének tilalmába építi be a Grt. megtévesztő reklámra vonatkozó 12. §-ának rendelkezéseit. A Javaslat egyúttal az ún. b2b (azaz a vállalkozások közötti kapcsolattal összefüggő) megtévesztési szabályok felépítését, szabályozási logikáját az Fttv. szabályozási rendszeréhez igazítja, előmozdítva a jogalkalmazás egységességét. A Javaslat így az Fttv. szerinti "kereskedelmi gyakorlat" megfelelőjeként b2b vonatkozásban bevezeti az "üzleti gyakorlat" fogalmát, amely átfogó kategóriaként felöleli a reklámot is, és e tekintetben fogalmazza meg a megtévesztés tilalmát, párhuzamban az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt megtévesztési tényállással.

A Javaslat – figyelembe véve, hogy a Tpvt. kizárólag a Gazdasági Versenyhivatal közérdekű keresetindítási jogosítványa kapcsán szabályoz önállóan a fogyasztókra (azaz az önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében eljáró, ún. laikus természetes személyekre) – a hatályos szabályozástól eltérően, az "üzletfelek és fogyasztók" közötti megkülönböztetést feladva a Tpvt. 2. §-ában bevezetett rövidítés révén "üzletfél" alatt ért minden megrendelőt, vevőt, igénybevevőt és felhasználót, függetlenül attól, hogy laikus vagy professzionális, természetes személy-e vagy sem, minthogy például egy versenykorlátozó megállapodás hatásai szempontjából e körülmények nem relevánsak. Ahol pedig kizárólag a korábbi értelemben vett üzletfelekre vagy fogyasztókra alkalmazandó a szabályozás, azt a Javaslat kifejezett rendelkezés útján jelzi. A Tpvt. új 10. §-a az összehasonlító reklámmal szemben a Grt. 13. § (2) bekezdésében meghatározott, a Grt. 24. § (3) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó követelményeket veszi át, a 2006/114/EK

⁶ T/12790 számú törvényjavaslat indokolással

európai parlamenti és tanácsi irányelv 4. cikk b), c) és e) pontjának megfelelően némileg pontosítva.

A 10/A. § (1) bekezdése – megteremtendő az Fttv.-től való elhatárolást – rendelkezik arról, hogy a 8. § és 9. § rendelkezései kizárólag b2b vonatkozásban alkalmazandók.”

Tekintettel arra, hogy a fentiek értelmében a Tpv. 8. § rendelkezései kizárólag b2b vonatkozásban érvényesülnek, ugyanakkor a weboldalon keresztül történő termékértékesítés célszemélyei jellemzően inkább a fogyasztók, itt indokolt egy kis kitérőt tenni abba az irányba, hogy a témánk tárgyát képező eset kapcsán milyen, a fogyasztók jogsérelmét megvalósító, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) által szabályozott tényállások biztosíthatják a jogsértővel szembeni fellépés lehetőségét.

Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait.

Tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.⁷

Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

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

b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.⁸

A (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).⁹

A mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.¹⁰

A kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék nyelvi, kulturális és szociális – különösen családi kapcsolatokkal összefüggő – vonatkozásait is. Ha a

⁷ Fttv. 3. § (1) bekezdés

⁸ Fttv. 3. § (2) bekezdés

⁹ Fttv. 3. § (3) bekezdés

¹⁰ Fttv. 3. § (4) bekezdés

kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.¹¹

Az eddig hivatkozott rendelkezésekből jól kiolvasható az Fttv. szabályozási logikája, amire a bírói gyakorlat is megerősít:

Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy *„tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat*. A 3. § (2) és (3) bekezdései meghatározzák a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat egyes jellemző tényállási elemeit, míg a 4. § (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során milyen fogyasztói magatartást kell alapul venni. Ezek mellett az Fttv. Melléklete meghatározza azokat az eseteket, amelyeket eleve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősít. Az e körben meghatározott magatartások tisztességtelenségét külön vizsgálni nem kell, hiszen ennek értékelését a jogalkotó maga elvégezte. Ennél fogva, ha egy vállalkozás kereskedelmi gyakorlata az Fttv. Mellékletében meghatározott valamely pontban foglaltaknak megfelel, akkor az a kereskedelmi gyakorlat - a 3. § (2) és (3) bekezdéseiben, valamint a 4. § (1) bekezdésében meghatározott szempontoktól függetlenül - minden további vizsgálódás nélkül tisztességtelen.¹²

Ehhez annyit szükséges hozzátenni, hogy az Fttv. 3. § (3) bekezdése – az általános jellegű (1) bekezdés viszonylatában – utal rá, hogy a törvény 6-7. §-ai (megtévesztő kereskedelmi gyakorlat) és 8. §-a (agresszív kereskedelmi gyakorlat) olyan tényállásokat szabályoznak, melyek az általános tilalomhoz képest speciálisak.

Az Fttv. 3. §-ához fűzött, fentiekkel összecsengő jogalkotói indokolás szerint:

„E § – az irányelv¹³ 5. cikkével összhangban – tartalmazza a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmát, megállapítva annak fogalmi elemeit és lefektetve a háromszintű szabályozását.

Az (1) bekezdésben foglalt generálklauzula a legáltalánosabban megtiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot (1. szint). A tisztességtelenség vizsgálatakor két szempont együttes fennállása állapítandó meg: (1) a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója (a vállalkozás, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személy, összhangban az irányelv 2. cikke b) pontjában adott fogalom-meghatározással) a szakmai gondosság követelményének megsértésével jár el, és (2) a gyakorlat alkalmas a fogyasztói magatartás torzítására.

¹¹ Fttv. 4. § (1) bekezdés

¹² a Kúria Kf.37650/2018/5. számú precedensképes határozata versenyügyben hozott közigazgatási határozat bíróság felülvizsgálata tárgyában

¹³ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (2005. május 11.) a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól, valamint a 84/450/EGK tanácsi irányelv, a 97/7/EK, a 98/27/EK és a 2002/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvek, valamint a 2006/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról ("Irányelv a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról")

A fogyasztói magatartás torzítása akkor állapítható meg, ha a kereskedelmi gyakorlat érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét arra, hogy tájékozott döntést hozzon, és ezzel olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti (ténylegesen vagy potenciálisan), amelyet egyébként nem hozott volna meg. Tehát a tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó áruval kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént, elegendő az erre való alkalmasság.

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok legjellemzőbb előfordulási esetei a megtévesztő és az agresszív kereskedelmi gyakorlatok, amelyeket az irányelv és így a Javaslat önállóan is szabályoz (2. szint).

Egyes kereskedelmi gyakorlatok esetében annyira kirívó a tisztességtelenség kritériumainak megléte, hogy ezeket a magatartásformákat az irányelv I. mellékletében egy önálló felsorolásban (ún. feketelista) nevesítve rögzítette, s ezek tekintetében felmenti a jogalkalmazást a körülmények vizsgálata alól, s ex lege megállapítja a tisztességtelenséget (3. szint). Hangsúlyozandó, hogy az ilyen magatartások köre közösségi jogi szinten a kizárólagosság igényével került lefektetésre, s az a nemzeti jogokban nem bővíthető, hanem csak az irányelv módosítása útján. Azaz a tagállamok nem mentesíthetik más esetekben a jogalkalmazást a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének körülmekintő vizsgálata (a szakmai gondosság, az ügyleti döntés befolyásoltsága és ennek során az átlagfogyasztói teszt alkalmazása) alól. Az ilyen, a törvény erejénél fogva, minden körülmények között tisztességtelennek minősülő kereskedelmi gyakorlatok felsorolását, amelyek egyébként a jelenlegi gyakorlatban legproblémásabbnak számító eseteket fedik le, a Javaslat Melléklete tartalmazza. Ezek közül egyesek a megtévesztés, mások pedig az agresszív kereskedelmi gyakorlatok körébe tartoznak.

A jogalkalmazás során "fordítva kell végigjárni" a szabályozás e három lépcsőjét. Egy kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapításához mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ez esetben az minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül. Ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a Javaslatban megadott kritériumait. S csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra a generálklauzula, s annak hármas tesztje."

Megítélésünk szerint a vizsgált jogsértés alkalmas lehet a következő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapítására:

„Meghatározott vállalkozás által előállított termékhez hasonló termék reklámozása olyan szándékosan megtévesztő módon, hogy a fogyasztó azt

*gondolhatja, hogy a terméket – a valóságtól eltérően – ugyanaz a vállalkozás állította elő.*¹⁴

Gazdasági reklám: olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.¹⁵

Álláspontunk szerint a fizetett (szponzorált), ámde a versenytárs – adott esetben földrajzi árujelzőként is oltalomban részesülő vagy a termék származására, eredetére a vállalkozás nevében egyébként utaló – nevével visszaélő Google hirdetések alkalmasak az Fttv. Mellékletének 13. pontjában írt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapítására.¹⁶ Sőt, kreatív jogalkalmazás mellett a metaadatokban megvalósított jogosulatlan névhasználat is ugyanúgy alkalmas lehet a 'feketelistázásra' azaz az említett mellékleti pont szerinti jogsértés megállapítására. Ezen nézet alátámasztására a Grtv. tudatosan nem észlelhető reklám fogalmát kell segítségül hívni: olyan reklám, amelynek közzétételekor – az időtartam rövidege vagy más ok következtében – a reklám címzettjére lélektani értelemben a tudatos észleléshez szükséges ingerküszöbnél kisebb erősségű látvány, hang- vagy egyéb hatás keltette inger hat.¹⁷

A metaadatokban a versenytárs nevének szerepeltetése azt a célt szolgálja, hogy a jogsértőhöz köthető találat a találati listán minél előbb szerepeljen és az erre a kulcsszóra rákereső fogyasztó az általa ténylegesen keresett cég helyett jogsértő weboldalán kössön ki és ott vásároljon. Bár a metaadatokat közvetlenül a keresőmotorok számára érzékelhető, az azokban rögzített információ a megfelelő kulcsszóra keresés útján kapott találatokban a fogyasztó számára is megjelenik.

Ki kell hangsúlyozni, hogy az Fttv. Mellékletének 13. pontja szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat vizsgálatának szükségessége független attól, hogy a jogsértő magatartás kapcsán felmerül-e az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja bc) alpontjában szabályozott (illetve e körben a Tpv. által b2b viszonylatban szabályozott, a 8. § (3) bekezdése a) pontja ac) alpontjának való megfelelés okán a 8. § (1)-(2) bekezdésében írt) tényállás megvalósulásának vizsgálata.

¹⁴ az Fttv. Mellékletének 13. pont

¹⁵ A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (Grtv.) 3. §-ának d) pont

¹⁶ Lásd a témához: Bak Márton Ferenc - Bordás Péter (2024): *Reguláció – Dereguláció: Kihívások és lehetőségek a digitális piacok szabályozásában* In: Glavanits Judit és Szabó Tamás (szerk.): *Kiszolgáltató csoportok a digitális világban*. Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft., 12-13.

¹⁷ Grtv. 3. § q) pont

A teljesség kedvéért azonban, mintegy másodlagos vizsgálati irányként, érdemes megvizsgálni azt a helyzetet is, ha a vizsgált esettel kapcsolatban feltárt jogsértő magatartások mégsem minősíthetők az Fttv. Mellékletének 13. pontjában meghatározott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak.

A fentebb hivatkozott jogalkotói instrukciók mentén eljárva ebben az esetben a szabályozási szintben egyet visszalépve azt kell megvizsgálni, hogy van-e az Fttv-nek olyan különös tényállása, melynek megvalósulása a vizsgált jogsértések kapcsán igazolható.

Ahogy arra fentebb már utaltunk a Tpvt. 8. § (2) bekezdésének a) pontjában írt tisztességtelen üzleti gyakorlat fogyasztókra vonatkozó „párja” az Fttv. 6. § (1) bekezdésében szabályozott a következők szerint.

Megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) a termék létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,
- b) a termék lényeges jellemzői, így különösen:
- bc) származási helye, eredete.

Ezen rendelkezés alkalmazása azonban – hasonlóan a Tpvt. 8. §-ával kapcsolatban kifejtettekre – csak akkor jöhet szóba, ha a jogsérelmet elszenvedő cég jogsérelemmel érintett neve a termék származási helyével, eredetével kapcsolatban is tartalmaz információt.

Esetünk szempontjából érdekes lehet még az Fttv. 6. § (2) bekezdésének a) pontjában megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak minősített tényállás. Eszerint megtévesztő kereskedelmi gyakorlat továbbá

- a) az a kereskedelmi gyakorlat, amely más vállalkozással, illetve annak cégnevével, termékével, árujelzőjével vagy egyéb megjelölésével való összetévesztésre vezethet,
- b) – c) ha ez valamennyi tényszerű körülmény figyelembevételével a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

A Tpvt. 8. §-át és az Fttv. tárgyalt rendelkezéseit összevetve, abból kiindulva, hogy a jogsértő vállalkozás weboldala gyakorlatilag webshopként üzemel, a megtévesztő, ezáltal tisztességtelen gyakorlatként értelmezhető magatartás inkább alkalmas az Fttv., mint a Tpvt. szerinti jogsértés megállapítására, nem tipikus ugyanis, hogy a jogsértő, illetve a hozzá hasonló vállalkozások termékeit a Tpvt. 10/A. § (1) bekezdése szerinti szűkítő értelemben üzletfélnek tekintendő vásárlók interneten történő megrendeléssel vennék igénybe, az ilyen jellegű vásárlás sokkal inkább a fogyasztói magatartás sajátossága.

Nem lehet figyelmen kívül hagyni továbbá azt sem, hogy az Fttv. 4. § (1) bekezdéséhez hasonlatosan a Tpvt. 10/A. § (2) bekezdése is felállít egy mércét, melyre figyelemmel megítélendő egy üzleti gyakorlat tisztességtelensége. Eszerint az üzleti gyakorlat megítélése során az olyan üzletfél magatartását kell alapul venni, aki a gazdasági kapcsolatokban általában elvárhatóan tájékozott, és az adott helyzetben általában elvárható figyelmelességgel és körültekintéssel jár el.

Ezen mércéből kiindulva nem biztos, hogy megállapítható a Tpvt. 8. § (2) bekezdésének a) pontjában írt azon tényállási elem, hogy „és ezáltal befolyásolja az üzletfelek vagy lehetséges üzletfelek gazdasági magatartását, vagy erre alkalmas”.

Mindezekre figyelemmel, a Tpvt. felől közelítve, a jogalap szempontjából a Tpvt. 8. § (2) bekezdésének a) pontjában szabályozott törvényi tényállásnál erősebbnek, alkalmazhatóbbnak tűnik a Tpvt. 6. §-a, nem említve, hogy amennyiben a jogsértést elszenvedő vállalkozás neve nem utal a termék eredetére, származására, úgy a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a pontjának alkalmazása a témánk szempontjából fel sem merül.

A Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjának, de még inkább az Fttv-nek más tekintetben, a megindítandó eljárások szempontjából lehet jelentősége, a lentebb kifejtendők szerint.

Ahogy arra a vizsgált jogsértéssel szembeni fellépésre lehetőséget szolgáltató jogalapok vizsgálatának kezdetén utaltunk, a Tpvt. a II. Fejezetben szabályozza 'A tisztességtelen verseny tilalmát'.

A Tpvt. 2. §-a a tisztességtelen versenyt általánosságban tiltó követelményt fogalmaz meg, melyhez képest a 3-7. §-ban rögzített tényállások speciálisak.

A Tpvt. 2. §-a szerint tilos gazdasági tevékenységet tisztességtelenül – különösen a megrendelők, vevők, igénybevevők és felhasználók (a továbbiakban együtt: üzletfelek), illetve a versenytársak törvényes érdekeit sértő vagy veszélyeztető módon vagy az üzleti tisztesség követelményeibe ütközően – folytatni.

A Kúria Gfv.30312/2018/16. számú, tisztességtelen piaci magatartás tárgyában született precedensképes határozatának elvi tartalma szerint:

„A felperes üzletfeleinek címzett, a használati mintaoltalom bitorlás abbahagyására irányuló felszólítás jogellenes magatartásként, illetve a felperes jó hírnevét sértő állításaként csak abban az esetben lenne értékelhető, ha az alpereseket nem külön jogszabályban nevesített, a feltalálót megillető védelem vezérelte volna, illetve bizonyítást nyert volna, hogy jobb tudomásuk ellenére állították a vonatkozó jogszabály által védett jogaik sérelmét. A Tpvt. 2. §-ában megfogalmazott általános tilalom olyankor alkalmazandó, ha a tényállás, azaz maga a sérelmezett magatartás nem vonható valamely nevesített típus-tényállás egyike alá sem. A generálklauzula nem azt jelenti, hogyha az elsődlegesen állított, a Tpvt. 3-7. §-aiban szabályozott törvényi tényállás alá tartozó sérelmezett alperesi magatartás jogellenességét ezen törvényhelyek alapján a bíróság nem

állapítja meg, akkor többlet tényállási elem hiányában ugyanezen magatartás Tpvt. 2. §-ába ütközése vizsgálható lenne.”

A Kúria határozatának indokolásában utal rá, hogy a Tpvt. 2. §-ának értelmezésével kapcsolatban kialakult bírósági gyakorlat régóta egységes és szilárd.¹⁸

A fentiek azt jelentik tehát, hogy a Tpvt. szemüvegén keresztül szemlélve az ügyet először azt kell megvizsgálni, hogy a sérelmezett magatartás – a versenytárs nevével egyfelől a Google hirdetésekben, másfelől a jogsértő által működtetett weboldal egyes aloldalainak metaadataiban való visszaélés – megvalósíthat-e a Tpvt. 3-7. §-aiban tilalmazott magatartást. Igenlő válasz esetén – a bizonyíthatóság mellett – az az eldöntendő főkérdés, hogy a jogsértőnek vélt magatartás valóban alkalmas-e a Tpvt. felhívott jogszabályhelyében szabályozott tényállás megállapítására, vagy sem. Ilyen – a Tpvt. 3-7. §-aiban szabályozott – jogalap felmerülése esetén a 2. § szerinti generál-klauszula alkalmazása szóba sem jöhet.

A tárgyalta eset kapcsán van olyan, a Tpvt. 2. §-ához képest speciális törvényi tényállás, mely az ügyben tapasztalható jogsértések kapcsán szóba jöhet. A Tpvt. 6. §-a szerint ugyanis tilos valamely forgalomképes ingó dolgot (a továbbiakban: termék) vagy szolgáltatást a versenytárs hozzájárulása nélkül olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel – ideértve az eredetmegjelölést is – vagy elnevezéssel előállítani, forgalmazni vagy reklámozni, továbbá olyan nevet, árujelzőt vagy egyéb megjelölést használni, amelyről a versenytársat, illetve annak termékét, szolgáltatását szokták felismerni.

Esetünkben a jogsértő a saját termékei értékesítésének előmozdítása érdekében az általa a Google rendszerében feladott hirdetésben (valamint részben URL-ben és metaadatokban) használ olyan nevet, melyről a jogsértéssel érintett céget mint versenytársat és utóbbi által gyártott termékeket szokták felismerni.¹⁹

E jogalap előnyei, hogy egyfelől nem kapcsolódik hozzá – legalábbis szigorúan vett jogszabályértelmezés szerint – ahhoz hasonlatos mérce, mint amelyet a 10/A. § (2) bekezdése a 8. és 9. §-okhoz kapcsolódóan megállapít; másfelől nem kell bizonyítani a jogsértő magatartás üzleti döntés befolyásolására való alkalmasságát, mert ez nem része a törvényi tényállásnak.

Arról, hogy a 6. § esetében mit kell bizonyítani, eligazítást ad a Kúria Gfv.30021/2024/6. számú precedensképes határozata, mely nem teljesen azonos tárgyú, de jogosulatlan névhasználattal kapcsolatos. Az ítélet ügyünk szempontjából lényeges megállapításai:

„[19] A Kúria töretlen gyakorlata szerint a Tpvt. 6. §-ában tiltott magatartás az elnevezés utánzásával is megvalósulhat. Tisztességtelen az a

¹⁸ BDT 2013.2024., Fővárosi Ítéletőltábla 14.Gf.40.121/2011/4., 8.Pf.21.363/2004/5.

¹⁹ Lásd ehhez: Barnóczki Dávid (2023): A nagy technológiai cégek versenyellenes gyakorlatai és hatalmuk visszaszorításának alternatívái. *Külgvi Műhely – Gyorselemzés sorozat*, 2023/2, 3-23.

gazdasági tevékenység is, amikor a versenytárs bármilyen formában olyan nevet használ (akár bejegyzett cégnévként is), amelyről a versenytársat szokták felismerni, függetlenül attól, hogy a versenytársnak a cégnevében a kifogásolt név esetleg nem is szerepel (BH2001.73.), illetve a Tptv. 6. §-ába ütköző magatartás nemcsak akkor valósul meg, ha a konkurens cég által korábban használt üzletjelzővel megegyező kifejezés, szó jelenik meg a cégnévben, hanem akkor is, ha a konkurens cég termékének elnevezése egyezik meg a később felvett bejegyzett cégnév vezérszavával, különös tekintettel arra, hogy mindkét cég azonos termékfaját (pl. üdítőitalt) állított elő (Legfelsőbb Bíróság Pfv.IX.20.606/2010., BH2012.72.). A gazdasági tevékenység körében használt elnevezés ezen belül a cégnév és a kereskedelmi név utánzása tisztességtelen piaci magatartás tilalmába ütköző magatartásnak is minősülhet. A versenyjogot sértő, jellegbitorló piaci magatartás csak az adott piacon valamely tevékenységet kifejtő, a gazdasági versenyben érdekelt versenytárs sérelmére tanúsítható, amiatt pedig csak a versenyben érdekelt versenytárs jogosult fellépni. A felek tevékenységével érintett (azonos) piac fogalma pedig a kereset alapjául szolgáló jogszabály, a Tptv. tárgyi hatálya alapján állapítható meg (Kúria Pfv.IV.20.253/2023/7., BH2023.13.).

[20] A kifejtett indokok alapján tehát a jellegbitorlás ugyan történhet kizárólag az elnevezés utánzásával is. A versenyjogi jogkövetkezmények alkalmazásához azonban az elnevezés összetéveszthetőségén túl – az eltérő oltalmi forma jellegzetességeiből eredően – a jellegbitorlás további, a Tptv. 2. § és 6. §-ában foglalt feltételeinek is teljesülnie kell. Eszerint a jellegbitorlás megvalósulásának nem kizárólag a viselt név hasonlósága a feltétele, hanem mindennek előtt a versenytársi minőség a felek között, másrészt az igényt érvényesítő árujának, illetve az áru valamely tulajdonságának (elnevezésének, külső csomagolásának, formájának) ismertsége, továbbá az összetéveszthetőség az eredeti és az utánzat között, végül a jogosult engedélyének hiánya a sérelmezett tevékenységre.”

1.2. Polgári jogi jogalap

A Tptv.-ben és az Fttv.-ben szabályozott speciális igényérvényesítési jogalapok számbavételét követően azt fogjuk megvizsgálni, hogy a jogsérelmet elszenvető cégnek milyen egyéb lehetőségei vannak a jogsértővel szemben történő fellépésre. Tekintettel arra, hogy a jogsértés alapvetően a jogsérelmet elszenvető gazdasági társaság elnevezését érinti, így szükségszerűen felveti a névviseléshez való jog sérelmére alapított igényérvényesítés.

A Kúria fentiekben hivatkozott Gfv.30021/2024/6. számú precedensképes határozata, valamint a BH2023.9. 213 eseti döntés is azt támasztja alá, hogy a Tptv. 6. §-a mellett, azzal egyidejűleg magánjogi igényérvényesítés a Ptk. 2:43. § f) pontjára is alapítható, figyelemmel arra, hogy a kifogásolt magatartás

egyben sérti a jogsérelmet elszenvedő gazdasági társaság névviseléshez való jogát.

A Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (Ptk.) 2:43. § f) pontja szerint a személyiségi jogok sérelmét jelenti különösen a névviseléshez való jog megsértése. A cégnévnek a választott cégforma megnevezését, valamint legalább a vezérszót kell tartalmaznia.²⁰ A vezérszó elősegíti a cég azonosítását, illetve más, azonos vagy hasonló tevékenységu cégtől való megkülönböztetését. A vezérszó a cégnévben az első helyen áll. A vezérszó idegen nyelvű kifejezés, rövidítés és mozaik szó is lehet, amelyet latin betűkkel kell feltüntetni. A cégnévben a vezérszón kívül csak magyar szavak szerepelhetnek, a magyar helyesírás szabályainak megfelelően. A cégnévben rövidítés csak a vezérszó esetén, illetve a cégforma meghatározásánál lehetséges.²¹

A cég rövidített neve a vezérszóból és a cég formájának megjelöléséből áll.²² A jogi személy nevének olyan mértékben kell különböznie a korábban nyilvántartásba vett más jogi személy elnevezésétől, hogy azzal ne legyen összetéveszthető. Ha több jogi személy nyilvántartásba vételét kéri azonos vagy összetéveszthető név alatt, a név viselésének joga azt illeti meg, aki kérelmét elsőként nyújtotta be.²³

A BH2023.9. 213 eseti döntés két releváns megállapítást tesz:

I. A gazdasági társaság nevének a cégnyilvántartásba történő bejegyzése nem zárja ki más (jogi) személy névviseléshez való személyhez fűződő jogának sérelmét.

II. A gazdasági tevékenység körében használt elnevezés – ezen belül a cégnév és a kereskedelmi név – utánzása a tisztességtelen piaci magatartás tilalmába ütköző magatartásnak is minősülhet. A jogsértés megállapításának feltétele azonban, hogy a jogsértő és a sérelmet szenvedett fél versenytársak legyenek, továbbá az, hogy a jellegzetes elnevezésről a fogyasztók a piacon korábban jelenlévő versenytársat ismerjék fel [2013. évi V. törvény (Ptk.) 2:43. § f) pont, 2:49. §, 2:51. §, 3:6. § (1) bek.; 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 6. §, 86. § (2) bek.; 2016. évi CXXX. törvény (Pp.) 263. §, 265. §, 381. §].

Bár esetünkben a jogsértő nem a cégnevében szerepeltette a jogsérelmet elszenvedő cég nevének vezérszavát, hanem Google hirdetésben, weboldala egyik aloldalának URL-jében és részben aloldalai meta adataiban, azonban figyelemmel arra, hogy ez a vezérszó a jogsérelmet elszenvedő cég identitásképző eleme, a jogsértő ezen vezérszó jogosulatlan használatával a Ptk. 3:6. § (1) bekezdésében írt cégkizárolagossághoz való jogot is sérti, amin

²⁰ A cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról szóló 2006. évi V. törvény (Cégtv.) 3. § (1) bekezdés

²¹ Cégtv. 3. § (2) bekezdés

²² Cégtv. 3. § (3) bekezdés

²³ Ptk. 3:6. §-ának (1) bekezdés

keresztül a 2:43. § f) pontjában írt névviseléshez való személyiségi jog sérelmét is megvalósítja.

1.3. Büntetőjogi fellépés

Végezetül, igazodva a büntetőjog ultima ratio jellegéhez, álljon itt a büntetőjogi fellépés lehetőségét megalapozó törvényi tényállás, ami nem más, mint a Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvény (Btk.) 417. § (2) bekezdésében meghatározott fogyasztók megtévesztésének vétsége.

A Btk. 417. § (2) bekezdése szerint a fogyasztók megtévesztésének vétségét követi el, aki az áru értékesítése érdekében nagy nyilvánosság előtt vagy jelentős mennyiségű, illetve értékű áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állít, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

Ugyanezen § (4) bekezdésének a) pontja szerint e § alkalmazásában az áru lényeges tulajdonsága:

- az áru összetétele, műszaki jellemzői és az árunak az adott célra való alkalmassága,
- az áru eredete, származási helye és előállításának módja,
- az áru tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.

A Btk-hoz fűzött kommentár kifejezetten utal arra, hogy az Fttv-ben tilalmazott magatartások lehetnek alkalmasak ezen bűncselekmény megállapítására, ami a fent részletezettek szerint megvalósult.

Ehelyütt is ki kell ugyanakkor emelni, hogy – kiindulva abból, hogy a jogsértés az azt elszenvedő vállalkozás nevét érinti – büntetőjogi következménye a sérelmet elszenvedő nevével való visszaélés esetén csak akkor lehet a jogsértő magatartásnak, ha jogsértést elszenvedő vállalkozás egyben az áru eredetére vagy származási helyére is utal.

Tekintettel arra, hogy a jogsértés Google hirdetésekén keresztül valósul meg, alkalmas a nagy nyilvánosság megállapítására. A Btk. kommentár²⁴ szerint:

„Az ítélkezési gyakorlat alakította ki, hogy melyek a nagy nyilvánosság előtt elkövetett bűncselekménynek az ismérvei. Eszerint a nagy nyilvánosság előtti elkövetésnek nem az elkövetési hely az elsődleges ismérve, hanem az elkövetési magatartásról vagy annak a következményeiről személyes érzékelés alapján tudomást szerző személyek köre a meghatározó jelentőségű. Ennek folytán az ítélkezési gyakorlat szerint a nagy nyilvánosság előtt történt elkövetésnek az a feltétele, hogy a bűncselekmény megvalósításakor nagyobb létszámú személy legyen jelen, vagy fennálljon annak a reális lehetősége, hogy arról vagy annak az eredményéről nagyobb, előre meg nem határozható és egyszeri ránézéssel meg nem számolható több személy szerezzen tudomást.

²⁴ Magyar Büntetőjog I-III. – új Btk. – Kommentár a gyakorlat számára, frissítve: 2025. március 1.

A nyilvános helyen (pl. a vasúti várótermekben, vendéglőben) való elkövetés ténye önmagában véve még nem alapozza meg a nagy nyilvánosság előtti elkövetés megállapítását, hanem annak a vizsgálata is elengedhetetlenül szükséges, hogy magáról a bűncselekményről hányan szereztek tudomást. Azt, hogy a bűncselekményről való tudomásszerzésnek ténylegesen megvolt az objektív, reális lehetősége, megkívánja annak vizsgálatát is, hogy ez a tárgyi lehetőség az elkövetés adott körülményei között konkrét és közvetlen volt-e, és fennállottak-e azok az adottságok, amelyek alapján a bíróság minden kétséget kizáró körülmények között megállapíthatta, hogy a nagyobb vagy az előre meg nem határozható számú személy valóban tudomást szerezhetett-e a bűncselekményről.

A szóban forgó értelmező rendelkezés értelmében a nagy nyilvánosság előtt elkövetett bűncselekmény megállapításának helye van mindazokban az esetekben, amikor a rádió, a televízió, az újság vagy más, akár írott, akár elektronikus kommunikációs eszköz útján, vagy pedig sokszorosítás útján történt a közlés.

A nagy nyilvánosság előtti elkövetéshez az is elég, ha fennáll annak a reális lehetősége, hogy arról nagyobb, előre meg nem határozható, egyszeri ránézésre meg nem állapítható számú személy szerezzen tudomást.”

2. A kezdeményezhető eljárások

Fentebb tett ígéretünknek megfelelően a továbbiakban azt vizsgáljuk meg, hogy a felderített jogalapok milyen szerv előtt megindítandó mely eljárásban biztosíthatnak lehetőséget a témán tárgyát képező jogsértéssel szembeni fellépésre.

2.1. Versenyfelügyeleti eljárás

Abból kiindulva, hogy a fellépést megalapozó jogalap vizsgálata körében merültek fel a Tpv-t-ben szabályozott tényállások, logikusnak tűnő választás lehet a Gazdasági Versenyhivatal versenyfelügyeleti eljárását kezdeményezni.

A Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó jogsértés – a 31. § szerinti összefonódást is ideértve – miatt bárki bejelentéssel vagy panasszal élhet a Gazdasági Versenyhivatalnál.²⁵ Tudni kell ugyanakkor, hogy a panaszban foglaltak kivizsgálására irányuló eljárás még nem maga a versenyfelügyeleti eljárás, a bejelentéssel és a panasszal kapcsolatos eljárás ugyanis nem része a versenyfelügyeleti eljárásnak.²⁶

Bejelentés a Gazdasági Versenyhivatal által a honlapján közzétett formátumú, megfelelően kitöltött űrlap Gazdasági Versenyhivatalhoz történő benyújtásával tehető. Az űrlap tartalmazza a bejelentés elbírálásához szükséges

²⁵ Tpv. 43/G. § (1) bekezdés

²⁶ Tpv. 43/G. § (2) bekezdés

lényeges tényeket, így különösen a bejelentő és a bejelentett azonosításához szükséges adatokat, a feltételezett jogsértés megjelölését, a feltételezett jogsértést megvalósító konkrét magatartás leírását, az érintett piac meghatározásához szükséges alapvető információkat, a feltételezett jogsértés időtartamát, a feltételezett jogsértéssel kapcsolatos állításokat alátámasztó tényeket és bizonyítékokat²⁷.

A bejelentés beérkezésétől számított két hónapon belül lefolytatandó – a GVH elnöke által egy alkalommal meghosszabbítható²⁸ – eljárás eredményeként a vizsgáló elrendeli a versenyfelügyeleti eljárás lefolytatását vagy azt fogja megállapítani, hogy a bejelentésben foglalt, illetve a bejelentés alapján lefolytatott eljárásban beszerzett adatok alapján a versenyfelügyeleti eljárás megindításának törvényi feltételei nem állnak fenn²⁹.

A vizsgálat elrendelésének alapja esetünkben kizárólag a Tpv. 67. § (2) bekezdése lehetne, mely szerint a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó, valószínűsíthetően jogsértő magatartás észlelése esetén, ha a közérdek védelme versenyfelügyeleti eljárás lefolytatását szükségessé teszi.

Esetünkben a versenyfelügyeleti eljárásnak a fent tárgyalt jogalapok közül csak a Tpv. 8. §-a szerinti jogsértés esetén lenne helye, ami a versenyfelügyeleti eljárás Tpv. 44. § (1) bekezdésében meghatározott fogalmából következik. Eszerint a versenyfelügyeleti eljárás az e törvény – ide nem értve a II. Fejezetet – rendelkezései megsértésének megállapítására, valamint a vállalkozások összefonódásának e törvény szerinti vizsgálatára irányuló, továbbá a külön törvényben ekként megjelölt hatósági eljárás. A fentebb tárgyalt jogalapok közül a Tpv. 6. §-a a törvény II. Fejezetében található, így a versenyfelügyeleti eljárás tárgykörei közül kivett.

A Tpv. 8. §-a szerinti jogalappal kapcsolatban pedig arra kell rámutatni, hogy még ha meg is állapítaná a vizsgáló, hogy a hivatkozott törvényhely szerinti tényállás megvalósulása valószínűsíthető, a versenyfelügyeleti eljárás elrendelése minden bizonnyal azon vérezne el, hogy a közérdek védelme, mint az eljárás lefolytatását szükségessé tevő követelmény nem állapítható meg a vizsgált jogsértés kapcsán.

A Tpv. 43/H § (1) bekezdése a bejelentés tartalmát meghatározva előírja, hogy a feltételezett jogsértéssel kapcsolatos állításokat tartalmazó tényeket és bizonyítékokat a bejelentőnek kell szolgáltatnia, másrészt pedig a 67. § (2) bekezdése konjunktív feltételként rögzíti a vizsgálat elrendelésének feltételeként a jogsértés valószínűsítése mellett a közérdekvédelmet, mint a vizsgálat elrendelése indokát. Utóbbi alapján tehát a versenyfelügyeleti eljárás

²⁷ Tpv. 43/H. § (1) bekezdés

²⁸ Tpv. 43/H. § (8) bekezdés

²⁹ Tpv. 43/H. § (7) bekezdés a) és b) pont

megindításának alapja a közérdekbe ütközés, és nem a felperes egyéni jog- és érdekséremlme.³⁰

2.2. Az Fttv. rendelkezéseinek megsértésével kapcsolatos hatósági eljárás

A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt – a (2), a (3) és az (5) bekezdésben foglalt kivétellel – a fogyasztóvédelmi hatóság jár el.³¹ Esetünkben azonban szóba jön a törvényben említett, az Fttv. 10. § (3) bekezdésében szabályozott kivétel, mely szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett termék mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.³²

A vizsgált esetben a jogsértés az interneten közzétett Google hirdetés útján valósult meg elsősorban, az egész országot érintette, mely körülményekre figyelemmel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, ezáltal a gazdasági verseny érdemi érintettsége megállapíthatónak tekinthető.³³

Láthattuk, hogy a Tptv. 43/G. § (1) bekezdése szerinti bejelentés, panasz megtételekor a feltételezett jogsértéssel kapcsolatos állításokat tartalmazó tényeket és bizonyítékokat a bejelentőnek kell szolgáltatnia. Ezzel szemben jelentős könnyebbséget jelent az Fttv. 14. §-ában foglalt rendelkezés, amely szerint a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

Az eljáró hatóság megállapítása körében felmerülő – például a fent említett közérdek fennállása avagy fenn nem állása tekintetében mutatókozó bizonytalanság miatt – esetleges kétség esetén a fogyasztóvédelmi hatóság előtti

³⁰ A Fővárosi Törvényszék K.702669/2022/6. számú határozata verseny ügyben hozott b/22-20/2022. számú közigazgatási végzés megtámadása tárgyában

³¹ Fttv. 10. § (1) bekezdés

³² Fttv. 11. § (1) bekezdés

³³ A Google tevékenységével összefüggésben lásd: Bassola Bálint - Csillik Kristóf (2024): Az Európai Bíróság Google Shopping ítéletének hullámai – új szempontok az érdemeket alapuló verseny vizsgálatához, *Magyar Jog*, 2024/12, 743-746.

eljárás kezdeményezése tűnik célravezetőnek, figyelemmel arra, hogy ha a fogyasztóvédelmi hatóság ellenőrzése során észlelt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat ügyében vagy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt benyújtott kérelem alapján az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, a fogyasztóvédelmi hatóság a kérelmet, illetve az ügyben keletkezett iratokat – az ügyfél egyidejű értesítése mellett – haladéktalanul, de legkésőbb a jogsértő gyakorlat észlelésétől, illetve a kérelem megérkezését követő naptól számított harminc napon belül átteszi a Gazdasági Versenyhivatalhoz.³⁴

A két jogszabályon alapuló eljárások között szoros kapcsolatot az Fttv. 19. § c) pontja is deklarálja, amikor kimondja, hogy a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az e törvényben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a versenyfelügyeleti eljárásnak a Tpv-t-ben megállapított rendelkezéseit kell alkalmazni.

Fontos, hogy az Fttv. szerint eljárások nem zárják ki azt, hogy a sérelmet szenvedett fél a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségére alapított polgári jogi igényét közvetlenül a bíróság előtt érvényesítse.³⁵

A továbbiakban ezt, vagyis a magánjogi jogérvényesítés lehetőségeit fogjuk megvizsgálni, egyfelől az Fttv-n, másfelől a Tpv-t-n, végül magán a Ptk-n alapuló jogalapok alkalmazásával.

2.3. Polgári jogi igényérvényesítés

2.3.1. Tpv-t. 6. §-ával kapcsolatos kereset

Ahogy fentebb azt már láthattuk, a Tpv-t. II. Fejezete rendelkezéseinek megsértése miatt nincs helye versenyfelügyeleti eljárás lefolytatásának, míg máshol a törvény kimondja, hogy a II. Fejezetben foglalt rendelkezések megsértése miatti eljárás lefolytatása a bíróság hatáskörébe tartozik.³⁶

Az érdekelt a keresetben:

- a. követelheti a jogsértés megtörténtének megállapítását,
- b. követelheti a jogsértés abbahagyását és a jogsértő eltiltását a további jogsértéstől,
- c. követelheti, hogy a jogsértő – nyilatkozattal vagy más megfelelő módon – adjon elégtételt, és szükség esetén a jogsértő részéről vagy költségén az elégtételnek megfelelő nyilvánosságot biztosítsanak,
- d. követelheti a sérelmes helyzet megszüntetését, a jogsértést megelőző állapot helyreállítását, továbbá a jogsértéssel előállított vagy forgalmazott áruk jogsértő jellegétől való megfosztását, vagy – ha ez nem lehetséges –

³⁴ Fttv. 20. § (1) bekezdés

³⁵ Fttv. 15. § (1) bekezdés

³⁶ Tpv-t. 86. § (1) bekezdés

megsemmisítését, továbbá az előállításra szolgáló különleges eszközök megsemmisítését,

- e. kártérítést és – személyiségi joga megsértése esetén – sérelemdíjat követelhet a polgári jog szabályai szerint, illetve
- f. követelheti, hogy a jogsértő szolgáltatson adatot a jogsértéssel érintett áruk előállításában, forgalmazásában résztvevőkről, valamint az ilyen áruk terjesztésére kialakított üzleti kapcsolatokról,
- g. a jogsértéssel elért gazdagodás visszatérítését,
- h. a kizárólag vagy elsősorban a jogsértésre használt eszközök és anyagok, valamint a jogsértéssel érintett termékek lefoglalását, meghatározott személyeknek történő átadását, kereskedelmi forgalomból való visszahívását, onnan való végleges kivonását, illetve megsemmisítését, továbbá
- i. a határozatnak a jogsértő költségére történő nyilvánosságra hozatalát.

A g-h. pontokban foglalt lehetőségek kifejezetten a Tpvt. 6. §-ára alapított keresetindításhoz kapcsolódnak.³⁷

Ezen igényérvényesítési lehetőség választása esetén érdemes figyelemmel lenni arra, hogy a II. Fejezet rendelkezéseibe ütköző magatartásra hivatkozással a magatartás tanúsításától számított hathónapos elévülési határidőn belül indítható per; a magatartás tanúsításától számított három év eltelte után perindításnak nincs helye.³⁸

A vizsgálatunk tárgyát képező helyzetekhez hasonló esetekben nem tipikus, hogy a jogsértő önként felhagy a jogsértő magatartásával, ezért az elvülési határidő kevéssé hat nyomasztóan, figyelemmel arra, hogyha a kifogásolt magatartás folyamatos, az (1) bekezdés szerinti határidők számítása a magatartás abbahagyásakor kezdődik. Ha a kifogásolt magatartás azzal valósul meg, hogy valamely helyzetet vagy állapotot nem szüntetnek meg, a határidők számítása mindaddig nem kezdődik meg, amíg a helyzet (állapot) fennáll.³⁹

A II. Fejezetben írt rendelkezések megsértése miatt indított perek törvényszéki hatáskörbe tartoznak.⁴⁰

2.3.2. A Tpvt. 8. §-ára alapított kereset

Míg a Tpvt. II. Fejezetében írt rendelkezések sérelme esetén a versenyfelügyeleti eljárás helyett van helye a bíróság előtti perindításnak, addig ez a lehetőség a III. Fejezet – így témánk szempontjából relevanciával bíró 8. § – rendelkezéseinek megsértése esetén a versenyfelügyeleti eljárás mellett adott.

A Tpvt. 88/V. § (1) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatalnak a 44. § (2) bekezdésében megállapított, a 67. § (2) bekezdése alapján a közérdek érvényesítésére irányuló hatásköre nem zárja ki a III. Fejezetben foglalt

³⁷ Tpvt. 86. § (2)-(3) bekezdés

³⁸ Tpvt. 88. § (1) bekezdés

³⁹ Tpvt. 88. § (2) bekezdés

⁴⁰ Tpvt. 88. § (3) bekezdése

rendelkezések megsértésére alapított polgári jogi igények közvetlen bíróság előtti érvényesítését.

Tekintettel arra, hogy a Tpvt. a 6. §-ra alapított, kizárólagos bírósági hatáskörbe tartozó jogérvényesítés szabályait meghatározó XIV. Fejezettel ellentétben a 8. §-ra alapított magánjogi jogérvényesítés lehetőségéről rendelkező XIV/B. Fejezetben nem szabályoz a 8. § megsértésével kapcsolatos, bíróság által alkalmazható szankciókat, úgy tűnik, hogy ez esetben a magánjogi jogérvényesítés esetünkben csak kártérítés lehet a szerződésen kívüli károkozás szabályai szerint, illetve a személyiségi jogok megsértésének megállapítása esetén a Ptk. alapján alkalmazható jogkövetkezmények.

2.3.3. Az Fttv. szabályainak megsértésére alapított kereset

Álláspontunk szerint ugyanez a helyzet az Fttv. 15. § (1) bekezdése szerinti esetben, azaz a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban indult (fogyasztóvédelmi vagy GVH által folytatott) hatósági eljárások melletti perindítás esetén.

2.3.4. A Ptk. 2:43. § f) pontjára alapított kereset

Ahogy fentebb már láttuk, a személyiségi jogok sérelmét jelenti különösen a névviseléshez való jog megsértése.⁴¹ A lehetséges jogkövetkezményeket illetően a legfontosabb szabályokat a következők.

Akit személyiségi jogában megsértenek, a jogsértés ténye alapján – az elévülési időn belül – az eset körülményeihez képest követelheti:

- a) a jogsértés megtörténtének bírósági megállapítását;
- b) a jogsértés abbahagyását és a jogsértő eltiltását a további jogsértéstől;
- c) azt, hogy a jogsértő adjon megfelelő elégtételt, és ennek biztosítson saját költségén megfelelő nyilvánosságot;
- d) a sérelmes helyzet megszüntetését, a jogsértést megelőző állapot helyreállítását és a jogsértéssel előállított dolog megsemmisítését vagy jogsértő mivoltától való megfosztását;
- e) azt, hogy a jogsértő vagy jogutódja a jogsértéssel elért vagyoni előnyt engedje át javára a jogalap nélküli gazdagodás szabályai szerint.⁴²

Akit személyiségi jogában megsértenek, sérelemdíjat követelhet az őt ért nem vagyoni sérelemért.⁴³ A sérelemdíj fizetésére kötelezés feltételeire – különösen a sérelemdíjra köteles személy meghatározására és a kimentés módjára – a kártérítési felelősség szabályait kell alkalmazni, azzal, hogy a sérelemdíjra való jogosultsághoz a jogsértés tényén kívül további hátrány bekövetkeztének bizonyítása nem szükséges.⁴⁴ A sérelemdíj mértékét a bíróság

⁴¹ Ptk. 2:43. f) pont

⁴² Ptk. 2:51. § (1) bekezdés

⁴³ Ptk. 2:52. § (1) bekezdés

⁴⁴ Ptk. 2:52. § (2) bekezdés

az eset körülményeire – különösen a jogsértés súlyára, ismétlődő jellegére, a felróhatóság mértékére, a jogsértésnek a sértettre és környezetére gyakorolt hatására – tekintettel, egy összegben határozza meg.⁴⁵ Aki személyiségi jogainak megsértéséből eredően kárt szenved, a jogellenesen okozott károkért való felelősség szabályai szerint követelheti a jogsértőtől kárának megtérítését.⁴⁶

2.4. Büntető feljelentés tétele

Amennyiben a fentebb leírtak szerint a Btk. 417. § (2) bekezdésében meghatározott bűncselekményre – fogyasztók megtévesztésének vétsége – utaló adatok merülnek fel, célszerű lehet büntető feljelentést tenni, már csak azért is, mert a büntetőügyekben eljáró hatóságoknak más hatóságokhoz és főleg az igényérvényesítő magánfélhez képest összehasonlíthatatlanul erősebb, hatékonyabb eszközei vannak a tényállás felderítésére.

A feljelentés megtételekor abból célszerű kiindulni, hogy hol található a jogsértő vállalkozás székhelye. A Btk. 417. § (2) bekezdésében meghatározott bűncselekmény nem tartozik a törvényszéki hatáskörbe utalt bűncselekményi körbe, ezért a járásbíró hatásköre állapítható meg.⁴⁷ Figyelemmel kell ugyanakkor lenni arra, hogy a fogyasztók érdekeit és a gazdasági verseny tisztaságát sértő bűncselekményekre a törvényszék székhelyén lévő járásbíró hatáskörét állapítja meg.⁴⁸

Az ügyészség hatásköre és illetékessége főszabály⁴⁹ szerint igazodik a bírósághoz, feljelentést ugyanakkor a nyomozó hatóságnál célszerű tenni, hiszen azt az ügyészség is oda továbbítaná. Esetünkben a nyomozó hatóság a rendőrség, figyelemmel arra, hogy a Btk. 417. § (2) bekezdésében meghatározott bűncselekmény nem tartozik a Nemzeti Adó- és Vámhivatal nyomozati jogkörébe utalt bűncselekmények közé.

A Btk. 417. § (2) bekezdésében meghatározott bűncselekmény a rendőrkapitányság hatáskörébe tartozik.⁵⁰

A rendőrség illetékessége pedig a Rendőrség szervei illetékességi területének megállapításáról szóló 67/2007. (XII.28.) IRM rendelet 1. melléklete alapján határozható meg.

Nagyon fontos, hogy bár ahogy mondani szokták az internet nem felejt, mégis, mindenképpen szükséges és indokolt, hogy a témánk szerinti jogsértés észlelése esetén gondoskodjunk a jogsértés megtörténtét bizonyító hirdetések, weboldalak később is rekonstruálható, előhívható formában való megőrzéséről.

⁴⁵ Ptk. 2:52. § (3) bekezdés

⁴⁶ Ptk. 2:53. §

⁴⁷ a büntetőeljárásról szóló 2017. évi XC. törvény (Be.) 19. §

⁴⁸ Be. 21. § (5) bekezdésének 13. pont

⁴⁹ Be. 29. § (1) bekezdés

⁵⁰ A Rendőrség nyomozó hatóságainak hatásköréről és illetékességéről szóló 25/2013. (VI.24.) BM rendelet 2. § (5) bekezdés

Bíróági vagy más hatósági eljárás igényeit ugyanakkor nem fogja kielégíteni, ha az ilyen oldalakról egyszerű képernyőfotót vagy más jellegű másolatot készítünk mi magunk, mert az ilyen bizonyíték nem lesz hiteles. Mindezek miatt a jogsértést megvalósító hirdetést, weboldalt közjegyzői ténytanúsítás formájában szükséges rögzíttetni.

2.5. Hirdetés bejelentése a Google-nél

A teljesség kedvéért indokolt megemlíteni, hogy a jogsértő hirdetést akár a Google-nél is be lehet jelenteni, hiszen az már önmagában sérti a Google hirdetési irányelveit, ha egy weboldalhoz két fiókból adnak fel hirdetéseket. Márpedig, ha valaki a tárgyalthoz hasonló jogsértésre szánja el magát, bizonyos, hogy ezt nem a weboldal legális hirdetéseivel használt fiókból fogja megtenni, hanem egy másik e-mail címmel kifejezetten erre a célra létrehozott fiókból.

A problémát ezzel kapcsolatban az jelenti, hogy a hirdetés megjelenéséhez nem szükséges a hirdetés feladójának igazolnia a személyazonosságát (vállalkozás esetén céges iratok másolatával), csak akkor, ha erre a Google felszólítja. Amíg ez meg nem történik vagy a hirdetés bejelentése alapján indított ellenőrzési folyamat le nem zárul, a jogsértő szabadon visszaélhet az álfiókkal.

A tárgyalt jogsértő magatartás ütközhet a Google hirdetési hálózattal visszaélésre, hirdetésformátumokra és funkciókra, illetve a megtévesztésre vonatkozó hirdetés irányelveivel.

A Google a jogsértő fiókokat felfüggesztheti, szüneteltetheti, ez azonban nem jelent igazi jogvédelmet, mert nem biztos, hogy az álfiók kétséget kizáróan összekapcsolható lesz a jogsértő személyével, annak legális fiókjával, nem beszélve arról, hogy ha csak az álfiók felfüggesztése történik meg, semmi akadálya nincs a jogsértés folytatásának egy hasonló másik fiók létrehozásával.

További problémát jelent, hogy ez az eszköz – a fent részletezett szoft jellege mellett – az összes jogsértése nem is adhat megoldást, hiszen a metaadatokban meg valósított visszaéléseket nem kezeli.

Cégvezetőnk ugyanakkor – álláspontunk szerint – a fent részletesen vázolt jogi lehetőségek ismeretében komoly fegyverzettel tud szembeszállni a jogsértővel, könnyen lehet – amennyiben csak a jogsértés abbahagyására rábírás a cél –, hogy a fenti lehetőségek igénybevételét kilátásba helyező felszólító levél elegendő lehet a cél elérésére.

Források jegyzéke:

- A Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvény
- A büntetőeljárásról szóló 2017. évi XC. törvény
- A cégnyilvánosságról, a bírósági cégeljárásról és a végelszámolásról szóló 2006. évi V. törvény

- A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény
- A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló T/5448. számú törvényjavaslat indokolása
- A Fővárosi Törvényszék K.702669/2022/6. számú határozata versenyügyben hozott b/22-20/2022. számú közigazgatási végzés megtámadása tárgyában
- A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény
- A Kúria Kf.37650/2018/5. számú határozata versenyügyben hozott közigazgatási határozat bíróság felülvizsgálata tárgyában
- A Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény
- A Rendőrség nyomozó hatóságainak hatásköréről és illetékességéről szóló 25/2013. (VI.24.) BM rendelet
- A Rendőrség szervei illetékességi területének megállapításáról szóló 67/2007. (XII.28.) IRM rendelet
- A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény
- A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény, valamint a Gazdasági Versenyhivatal eljárásaival összefüggő egyes törvényi rendelkezések módosításáról szóló 2013. évi CCI. törvény
- Bak Márton Ferenc - Bordás Péter (2024): *Reguláció – Dereguláció: Kihívások és lehetőségek a digitális piacok szabályozásában* In: Glavanits Judit és Szabó Tamás (szerk.): *Kiszolgáltatók csoportok a digitális világban*. Győr, Universitas-Győr Nonprofit Kft., 12-13.
- Barnóczki Dávid (2023): A nagy technológiai cégek versenyellenes gyakorlatai és hatalmuk visszaszorításának alternatívái. *Külügyi Műhely – Gyorselemzés sorozat*, 2023/2, 3-23.
- Bassola Bálint - Csillik Kristóf (2024): Az Európai Bíróság Google Shopping ítéletének hullámai – új szempontok az érdekeket alapuló verseny vizsgálatához, *Magyar Jog*, 2024/12, 743-746.
- BH2023.9. 213 eseti döntés
- Bordás Péter (2025): Az uniós versenyjog tagállami érvényesülésének kihívásai - Példák a Kúria közigazgatási ügyszakában hozott versenyjogi döntésekből. *Kúriai Döntések*, 2025/2, 380-385.
- Bordás Péter – Bak Márton Ferenc (2025): Trade War Or Market Regulation? The Challenges Of Regulating Digital Markets In The European Union. *Public Goods & Governance*, Vol. 10. No. 2025/1, 23-33.
- Kúria Gfv.30021/2024/6. számú határozata
- Kúria Gfv.30312/2018/16. számú, tisztességtelen piaci magatartás tárgyában született precedensképes határozata

- Magyar Büntetőjog I-III. – új Btk. – Kommentár a gyakorlat számára, frissítve: 2025. március 1.
- T/12790 számú törvényjavaslat indokolással