

# Tax & Legal Alert

Hungary • Issue 317 • 25 September 2008

Három részből álló sorozatunkban a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokkal kapcsolatos új szabályok bevezetése nyomán áttekintjük milyen pontokon jelentenek a módosuló jogszabályok újdonságot a reklámozók számára.

In a three-issue series of articles, we wish to present an overview on what the new unfair commercial practices regulations mean for advertisers in practice.

## Contacts:

Russell W. Lambert  
Country Managing Partner  
Service Line Leader  
E-mail: russell.w.lambert@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9223

Gabriella Erdős  
Partner  
E-mail: gabriella.erdos@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9130

Paul Grocott  
Partner  
E-mail: paul.grocott@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9260

Tamás Lőcsei  
Partner  
E-mail: tamas.locsei@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9358

Susan Lumpkin  
Partner  
E-mail: susan.lumpkin@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9940

Zaid Sethi  
Partner  
E-mail: zaid.sethi@hu.pwc.com  
Tel: +36 1 461 9289

PricewaterhouseCoopers Kft.  
Wesselényi utca 16, Budapest, H-1077  
Tel: + 36 1 461 9100

[www.pwc.com/hu](http://www.pwc.com/hu)

This Tax & Legal Alert is produced by PricewaterhouseCoopers' tax department in co-operation with Réti, Antall & Madl Landwell, a Law Firm associated with PricewaterhouseCoopers.

Réti, Antall & Madl Law Firm  
Wesselényi utca 16/A, Budapest, H-1077  
Tel: + 36 1 461 9898

[www.landwellglobal.com/hu](http://www.landwellglobal.com/hu)

## Fogyasztóvédelmi különszám – 3. rész

### Special edition on consumer protection – Part 3

#### Kiemelt szektorok – vizsgált magatartások a kialakult joggyakorlatban

A fogyasztók tájékoztatásával, illetve a reklámozással kapcsolatos tevékenységek felügyeletével kapcsolatban megfigyelhető, hogy a hatáskörrel rendelkező szervek és hatóságok kiemelt figyelemmel ellenőriznek egyes iparágakat, illetve egyes magatartásokat, gyakorlatokat.

A hatáskörrel rendelkező szervek és hatóságok gyakorlatában a fogyasztókat megtévesztő, illetve tisztességtelenül befolyásoló reklámok és tájékoztatások kiemelt ellenőrzés alá esnek. E tárgykörben a GVH gyakorlata, a versenytanácsi döntésekben megnyilvánuló elvárások szolgálhatnak a piaci szereplők számára kiindulópontként. Ágazattól függetlenül általános elv, hogy a reklámoknak, tájékoztatásoknak már önmagukban is hitelesnek, pontosnak, jogszerűnek kell lenniük, abban az esetben is jogsértőnek minősíthető egy tájékoztatás, ha annak részletei, a kapcsolódó információk teljessége utólag ugyan megismerhető, például az interneten vagy az ügyfélszolgálaton keresztül. Szintén általános gyakorlat a felügyeleti szerveknél, hogy ha egy tájékoztatás egymással összefüggő, lényeges körülményeket csak részben mutat be, akkor alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, és jogsértőnek minősíthető.

#### Sectors in the limelight: practices examined by the authorities currently

From observation of the authorities' practice, it may be concluded that the competent authorities tend to pay particular attention to certain business sectors and commercial practices when the activities concerning the disclosure of information to consumers and advertising activities are supervised.

The competent authorities specifically examine cases of misleading advertisements and information disclosures that qualify as exerting undue influence on the consumer. Market players may take the practice of the HCA (the decisions of the Competition Council) as a starting point to determine the expectations of the authority concerning this issue. It is a general principle, applicable in all business sectors, that advertising and information disclosure must be reliable, accurate and legal even without any context and they may be declared illegal if the details and the full relevant information are also accessible afterwards (through the Internet or customer service, for instance). It is also the common practice of the supervisory authorities to establish that a disclosure of information is capable of misleading the consumers and thus

Az utóbbi elvet különösen gyakran alkalmazzák a hatóságok a pénzügyi és biztosítási szektor reklámjainak ellenőrzésénél. A telekommunikációs piacon gyakran figyelhetőek meg olyan, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatások, melyek valamely terméknek vagy szolgáltatásnak csak az egyik, a fogyasztók által elsődlegesnek tartott elemét – az árát – foglalják magukban, míg a többi, egyébként lényeges elemet – például a szerződés határozott időre történő megkötését, a hűségnyilatkozatot, mint a jogviszony érvényes létrejöttének alapvető feltételeit – elhallgatják.

A napi fogyasztási cikkek, illetve a szaktereskedelmi (például barkács-) áruházak piacán a hatóságok visszatérően foglalkoznak az elérhetőség, árukészleten tartás, illetve a megtévesztésre alkalmas árfeltüntetés kérdéseivel.

Az egészségre ható termékekkel (így gyógyszerekkel, gyógyászati segédeszközökkel, táplálék-kiegészítőkkel, stb.) kapcsolatos reklámok és tájékoztatások szintén szigorú felügyelet alá tartoznak. Mivel ezen termékek (potenciális) fogyasztói az átlagosnál kiszolgáltatottabb fogyasztói csoportot alkotnak, a tisztességes, tényszerű tájékoztatásnak kiemelt jelentősége van. A fogyasztók megtévesztésére alkalmasnak minősül például valamely termék gyógyhatással történő hamis felruházása.

A GVH által a 2007. évben kirótt bírságok 54,6%-a, összesen 1,28 milliárd forint a fogyasztói döntések sérelmére vezető piaci magatartásokkal volt kapcsolatos. 2008 júniusáig versenytanácsi marasztaló döntések szinte kizárólag e tárgykörben születtek, ennek alapján összesen az első félévben 0,54 milliárd forint bírságot szabtak ki. Előreláthatólag a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartásokkal szemben a GVH mellett a két további hatóság is komoly fellépést fog tanúsítani. Vélelmezhető továbbá,

it is illegal if certain significant and related pieces of information are withheld and therefore the information presented is insufficient.

The latter principle is frequently applied by authorities when they check advertising by the financial and insurance sectors. In the telecommunications market, information disclosures very often include only the price, that is, the one feature of the product or service consumers consider key. In such cases, other items of information that are equally important are not mentioned (a requirement that the consumer must sign a fixed-term or a "loyalty agreement" as a precondition of concluding the contract, for instance).

In the market of consumer goods and large specialised stores (such as home furnishing stores), the authorities are often required to deal with issues of availability, keeping stocks and misleading price indications.

Health product advertisements and disclosures (for pharmaceutical products, medical devices, dietary supplements etc.) are also under close supervision. As the potential consumers of these products are a relatively vulnerable consumer group, the provision of fair and factual information has greater significance. If, for instance, an advertisement falsely specifies a medical effect, under the regulations it is considered a conduct capable of misleading consumers.

54.6 percent of the total fines imposed by the HCA in 2007 (HUF 1.28 billion) were related to market practices that violated consumers' freedom of choice. So far this year (up until June 2008), the HCA has only made decisions condemning businesses whose practices infringed consumers' freedom of choice. The fines for such practices totalled HUF 0.54 billion by

hogy a fent ismertetett szektorok és jellemző magatartások mellett újabb területek kerülnek a felügyeleti szervek kiemelt ellenőrzése alá.

Dr. Firniksz Judit  
Réti, Antall és Madl Landwell Ügyvédi  
Iroda

June. Presumably, the HFSA and the NCPA will also take stringent measures against unfair practices regarding consumers. The authorities are expected to pay special attention to new business sectors and practices in addition to the ones specified above.

Dr. Judit Firniksz  
Réti, Antall and Madl Landwell Law Firm

## Tax & Legal Alert

Hungary • Issue 317 • 25 September 2008

Legal Disclaimer: The material contained in this alert is provided for general information purposes only and does not contain a comprehensive analysis of each item described. Before taking (or not taking) any action, readers should seek professional advice specific to their situation. No liability is accepted for acts or omissions taken in reliance upon the contents of this alert.

If you no longer wish to receive Tax & Legal Alert, please write to the following e-mail address: [tax.alert@hu.pwc.com](mailto:tax.alert@hu.pwc.com)

© 2008 PricewaterhouseCoopers Kft. All rights reserved. "PricewaterhouseCoopers" refers to the Hungarian firm of PricewaterhouseCoopers Kft. or, as the context requires, the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity.