

Strihó Krisztina

Az online kereskedelem fogyasztóvédelmi szemszögből figyelemmel a (bírói) gyakorlatra*



Bevezetés

A globalizáció nyomán létrejött új típusú helyzetek átszövik életünk, társadalmi és gazdasági viszonyaink szinte minden szegmensét. A robbanásszerű technikai és technológiai fejlődés következtében, a különböző elektronikus kommunikációs eszközök, berendezések elterjedésével, dinamikus korszerűsítésével a digitális környezet megjelenik valamennyi területen, lehetőség nyílik például az elektronikus nyilatkozattételre, az online szerződéskötésre vagy az online ügyintézésre. Az internet – mint az információalapú társadalmak globális világhálózata – alapjaiban változtatta meg az életviszonyokat, hatását nemzetek feletti jelenséggént fejti ki, így a határon átnyúló jogviszonyok térnyerése figyelhető meg.

A digitális átállás¹ során is alapvető szempont, hogy az Európai Unió a társadalmi és gazdasági fenntarthatóság jegyében a tisztességes kereskedelmi gyakorlat mellett teszi le a voksát, az európai uniós vállalkozások védelmén túl a szabadkereskedelemnek is teret engedve.

Jelen tanulmány középpontjában az elektronikus kereskedelem és annak fogyasztóvédelmi jogi vonatkozásai állnak. A fogalmi alapvetésekből kiindulva nyerünk bepillantást a digitalizációs forradalommal járó lehetőségek és veszélyforrások körébe,

* A tanulmány az NMHH-val kötött EM-1/1/2022. számú együttműködési megállapodásban részletezett feladatok végrehajtása céljából készült.

¹ A digitális egységes piaccal kapcsolatban lásd még: SZEGEDI–SZIRBIK 2022: 117; STRIHÓ 2020a: 43–66.

a normatív háttér áttekintése mellett. A szerző elhelyezi az elektronikus kereskedelmi szerződést a hazai jogrendszerben, részletezve a jogviszony és a szerződéskötés specifikumait. Ismertetjük, hogy a jogalkotó milyen módon igyekszik kompenzálni a fogyasztó esetleges hátrányát, milyen igényérvényesítési lehetőségek vannak a vélt vagy valós jogsérelmek orvoslására.

Vizsgálódásunk tárgyát, a jogi alapvetéseket számtalan közzétett bírói döntés, valamint egyéb, gyakorlati, szakmai közlemény színesíti.

A következő pontban az elektronikus kereskedelem és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés definíciós alapjaiból kiindulva ismertetjük a lehetséges jogalanyi kört.

Online kereskedelem

Fontos kérdés annak tisztázása, hogy mi tartozik az elektronikus kereskedelem fogalmi körébe, továbbá mire terjed ki az elektronikus kereskedelemmel összefüggő szolgáltatás hatálya. A nemzetközi iránymutatások, a bírói gyakorlat, a felmerülő gazdasági és társadalmi igények, valamint a hazai jogi környezet sajátosságai alapján alkotta meg a magyar jogalkotó az elektronikus kereskedelem normatív hátterét.

Hazánk az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény (a továbbiakban: Ektv.) elfogadásával és kihirdetésével tett eleget a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem egyes jogi vonatkozásairól szóló 2000/31/EK (a továbbiakban: EKI) irányelv minimumharmonizáción alapuló implementálási/átültetési kötelezettségének.

A magyar jogalkotó alapvetően a tükörfordítás módszerét alkalmazva emelte be jogrendszerünkbe a digitális kereskedelemre irányadó európai uniós rendelkezéseket, mellőzve a hazai jogrendszerbe illeszthető részletszabályok megteremtését. Az Ektv. elfogadása óta bekövetkező módosításnak köszönhetően lényegében megvalósult a társadalmi és a gazdasági igényekhez igazodó jogi háttér kialakítása, habár a digitális forradalom újabb és újabb feladatokat generál. Megfigyelhető, hogy a hivatkozott speciális hazai törvényt is több alkalommal módosították, és felfedezhető az Európai Unió Bíróságának a kodifikátorra gyakorolt hatása, mind hazai, mind szupranacionális szinten. Nemcsak a több mint két évtizedes jogszabály változott folyamatosan a mindenkori kihívásoknak megfelelően, hanem kihirdették a fogyasztó és a vállalkozás

közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendeletet is.² Természetesen a konkrét jogviszony függvényében további speciális szintű szabályokkal egészülhet ki a normatív háttér, valamint mögöttes jelleggel irányadó a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (a továbbiakban: Ptk.) is. Az irányadó rendelkezések alkalmazási sorrendjét tekintve lényeges körülmény, hogy az Ektv. első-sorban az elektronikus kommunikációs eszköz igénybevételével történő vásárlások egyes szabályait kívánja rendezni, ezért a távollévők között kötött szerződésekre irányadó renDELETEH képest speciális jogszabálynak minősül.³ A Ptk. elektronikus úton történő szerződéskötés különös szabályait⁴ tartalmazó fejezetéhez képest (Ptk. XVI. fejezet [Ptk. 6:82–85. §§]) a kötelmek közös szabályai és a szerződések általános bekezdései⁵ szubszidiárius jelleget mutatnak, tehát érvényesül a *lex specialis derogat legi generali* általános jogelv a magánjogi törvénykönyvünk tekintetében is. A területhez köthető európai uniós rendeletek esetén a közvetlen alkalmazhatóság doktrína az irányadó.⁶ A Ptk. *Az elektronikus úton történő szerződéskötés különös szabályai* című fejezetében rendelkezik a kapcsolódó tájékoztatási kötelezettségről, az adatbeviteli hibák javításáról, az elektronikus szerződési jognyilatkozatról és visszaigazolásáról, továbbá e rendelkezések hatályáról és kógenCIájáról. A felsorolt rendelkezések fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés esetén teljes egészében kógensek.⁷ A szabályozás prioritásai a szerződésekre vonatkozó általános rendelkezésekhez képest az elektronikus utat⁸ biztosító fél (szolgáltató) fokozott tájékoztatási kötelezettsége és a szerződési nyilatkozatok hatályosulása.⁹

Az elektronikus kereskedelem mint szerződés

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak minősül. Információs társadalommal összefüggő szolgáltatásnak¹⁰ minősül az elektronikus úton, távollévők részére, rendszerint ellenszolgáltatás fejében

² Ennek IV. fejezete tartalmazza a távollévők között kötött szerződésekre vonatkozó különös szabályokat.

³ Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.21.129/2011/4.

⁴ Ptk. Hatodik Könyv Első Rész (Ptk. 6:82–85. §§).

⁵ Ptk. Hatodik Könyv Második Rész (Ptk. 6:58–214. §§).

⁶ Az EU-s jogforrásokról lásd: GOMBOS 2019: 41–71.

⁷ Ptk. 6:85. § (2).

⁸ Ektv. 2. § b) pont.

⁹ A 2013. évi V. törvény vonatkozó rendelkezéseinél található Kommentár (Opten).

¹⁰ Ektv. 2. § f) pont.

nyújtott szolgáltatás, amelyhez a szolgáltatás igénybevevője egyedileg fér hozzá. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás normatív fogalma a felsorolt 4 konjunktív feltételen túl megköveteli, hogy a szolgáltatás célja valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt és az értékpapírt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog üzletszerű értékesítését, beszerzését, cseréjét vagy más módon történő igénybevitelét. Az egyes elemek egyidejű teljesülésekor realizálódik az adott szolgáltatás, és tartozik ezáltal az Ektv. hatálya alá. Az előírt követelmények az alábbiakat foglalják magukban:¹¹

- *Elektronikus út igénybevétele*: elektronikus kommunikációs eszköznek minősül a digitális adatfeldolgozást, -tárolást, -továbbítást végző vezetékes, rádió-technikai, optikai vagy más elektromágneses eszközök alkalmazása; fontos azonban, hogy az elektronikus út az internetnél lényegesen szélesebb kört ölel fel.
- *Távol lévő felek*: fizikailag nem egy térben helyezkednek el a jogügylet alanyai, tehát az esetlegesen létrejövő kontraktus távollévők között kötött szerződésnek minősül, amely alapján „arctalan jogviszony” jön létre, hiszen „a felek nem egy térben hozzák létre a szerződést”.¹²
- *Főszabály szerint ellenszolgáltatás fejében nyújtott szolgáltatás*: a visszerhes szolgáltatás mellett kivételesen megengedi a jogalkotó az ingyenességet is, ám jellemzően az ellenszolgáltatás mellett nyújtott, teljesített szolgáltatás fordul elő.
- *A szolgáltatás igénybevevője egyedileg fér hozzá*: az egyedi hozzáférés nem a fogyasztó általi közvetlen ajánlattételre, megrendelésre utal, hanem a szolgáltatás jellegére, amely bárki által egyénileg igénybe vehető, tehát a *point to point* jellegű szolgáltatást jelenti.¹³
- *Üzletszerűség*: az üzletszerűség a főszabály szerinti szolgáltatás-ellenszolgáltatás követelményével összhangban meghatározott, tehát a rendszeres haszonszerzés a releváns.
- *Értékesítés, beszerzés, csere vagy más módon megvalósuló igénybevétel céljából*: a jogügylet a jogalkotó által megjelölt céllal realizálódik. A normatív keret meglehetősen tág, hiszen nevesített formában jelenik meg az értékesítés,

¹¹ STRIHÓ 2015: 133.

¹² PAPP 2019: 100.

¹³ *Point to point* jellegű szolgáltatás esetén a szó szerinti fordítást követve az adott szolgáltatás egyidejűleg csak egyetlen igénybevevő számára nyílik meg, azaz csak az adott fél veheti azt igénybe, szemben a *point to multipoint* jellegű szolgáltatással. Ez utóbbi esetben egyidejűleg számtalan fogyasztó, igénybevevő szólítható meg ugyanazon termékkel, szolgáltatással.

a beszerzés és a csere lehetősége, azonban általános jelleggel fogalmazódik meg a más módon történő igénybevétel.

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás egy viszonylag tág kategória, amelyet jól jelez a közvetett tárgyak potenciális skálája, hiszen irányulhat például áruk adásvételére, pénzügyi szolgáltatás igénybevételére, utazási szolgáltatásra vagy akár tartalomszolgáltatásra. Ez a példálózó felsorolás is egyértelműen tükrözi, hogy a konkrét szerződés közvetett tárgyának függvényében számtalan szerződéstípus keretében realizálódhat az adott jogügylet.

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás magában foglalja az elektronikus kereskedelmi szerződést is, amelynek jogi megítélésével kapcsolatban van néhány releváns körülmény. Egyrészt az elektronikus kereskedelmi szerződés vagy más néven az elektronikus kereskedelemmel összefüggő szerződés az információs társadalommal összefüggő szolgáltatás hatálya alá tartozik. Másrészt az elektronikus kereskedelmi szerződés nem tekinthető egy önálló, nevesített szerződéstípusnak. Harmadrészt az elektronikus kereskedelmi szerződés valójában egy sajátos szerződéskötési módszert jelent, amellyel tipikus szerződéseket – mint például adásvétel, biztosítás, kölcsön, szállodai szolgáltatás – kötnék meg. A vizsgált intézmény elnevezését és jogrendszerebeli helyének meghatározását tekintve leszögezhetjük, hogy az elektronikus kereskedelem (az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés) ugyan magyar szó, azonban vélhetően az electronic commerce kifejezés fordításaként jelent meg a köznyelvben és az irányadó rendelkezések között. A következő részben ismertetjük az elektronikus kereskedelemmel összefüggő szerződésre vonatkozó sajátos rendelkezéseket.

Az elektronikus kereskedelem a szerződések világában

Célszerű megvizsgálni, hogy az elektronikus kereskedelemmel összefüggő szerződés hogyan viszonyul a Ptk.-ban foglalt tipikus és az egyéb, például a vegyes vagy az atipikus szerződésekhez. A magánjogi kodifikáció során a jogalkotó indokoltnak tartotta az elektronikus szerződéskötésre vonatkozó főbb rendelkezések Ptk.-ba integrálását, de nem mint egy speciális szerződéstípust. Napjainkra igen részletes szabályozás található a magyar jogrendszerben a vizsgált témánk, a kodifikáltság tekintetében, az elmúlt két évtizedben tehát egyre magasabb szintre jutottunk. A távollévők között kötött szerződések közül az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződésre

irányadó rendelkezéseket törvényi és kormányrendeleti szinten szabályozták, amely azonban egy hosszú folyamat eredménye. Az Ektv. *sui generis* rendelkezik az elektronikus kereskedelmi szolgáltatásról és az alapvető kérdésekről, míg a 45/2014. Korm. rendelet általánosságban szabályozza a fogyasztói szerződéseket, valamint külön nevesíti a távollévők között kötött szerződéseket is. Kiemeljük, hogy a szabályozás jelenlegi cizellált formában csak a 45/2014. Korm. rendelet által és az Ektv. szükség szerinti, folyamatos módosításával jelent meg.

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződésre irányadó speciális jogszabályokban nem található alakszerűsége vonatkozó előírás, a Ptk. kötelmi általános része alapján bármilyen formában megköthető érvényesen a kontraktus. Elmondható azonban, hogy az atipikus szerződéseket és az online kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződést is érdemes írásba foglalni a vélt vagy valós jogsérelmek azonosítása, valamint az esetleges jogviták hatékony rendezése céljából. Amennyiben a felek az írásbeliség mellett döntenek, lényeges kérdés, hogy milyen feltételek esetén teljesül az írásbeliség kritériuma. Alapvető érvényességi elvárás az adott jogügylet szempontjából releváns tartalmi elemek írásba foglalása.¹⁴ Az irányadó normatív rendelkezések értelmében írásba foglaltnak minősül a jognyilatkozat, amennyiben oly módon közölték, amely alkalmas a nyilatkozattevő személy és a nyilatkozattétel időpontjának azonosítására, továbbá változatlan tartalommal reprodukálható,¹⁵ így önmagában az e-mail nem minősül írásbeli nyilatkozattételnek. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés normatív háttere ugyan viszonylag részletes, viszont az általános szerződési feltételek szinte elengedhetetlen szerződéskötési körülménynek tekinthetők. A jogalkotó speciális szinten is rendelkezik az általános szerződési feltételekről,¹⁶ számtalan közzétett jogesetből ismerhetjük meg a bíróság kapcsolódó álláspontját. Az általános szerződési feltételek – hasonlóan a Ptk.-ban foglalt nevesített tipikus szerződésekhez – visszatérő, jogvitára okot adó intézmény, jogértelmezése ezáltal töretlen. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés köthető huzamos időtartamra is, azonban az ismétlődő egyszeri vagy rövidebb időtartamra szóló szerződés a jellemző. Ezen kontraktusnak éppen az egyik előnyös tulajdonsága, hogy relatíve gyorsan megköthető, teljesíthető.

Összegzésként megállapíthatjuk, hogy az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás nem egy konkrét nevesített szerződéstípus, sokkal inkább egy átfogó kategóriának

¹⁴ Ptk. 6:7. § (1).

¹⁵ Ptk. 6:7. § (3).

¹⁶ Például Fővárosi Törvényszék K.702.053/2022/9; Fővárosi Törvényszék P.26.601/2008/21; Bács-Kiskun Megyei Bíróság G.40.185/2008/7; Debreceni Törvényszék K.701.138/2022/16; Kúria Kfv.37.026/2022/8.

minősül, amely többek között az elektronikus kereskedelmi szerződés(kötés)t is magában foglalja. Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás mint információs társadalommal összefüggő szolgáltatás számtalan ügyletre irányulhat, így például adásvételi szerződésre, pénzügyi szolgáltatásra, szállodai szolgáltatásra vagy éppen tartalomszolgáltatásra. Az elektronikus kereskedelmi szerződés mint távollévők között kötött szerződés a Ptk.-ban nevesített szerződéstípusokhoz képest a szerződéskötés módjában mutat sajátosságot, ennyiben járulékos jellegűnek tekinthető. Megjegyezzük, hogy a távollévők között kötött szerződés olyan fogyasztói szerződés, amelynek két specialitása van. Egyrészt, hogy milyen területen köthető a szerződés, így termékértékesítés, illetve szolgáltatás során. Másrészt a távollévők közötti kommunikációt lehetővé tevő eszköz által köthető meg. „Távollévők közötti kommunikációt lehetővé tevő eszköznek minősül minden olyan eszköz, amely alkalmas a felek távollétében, a szerződés megkötése érdekében szerződési nyilatkozat megtételére.”¹⁷

Hangsúlyozzuk, hogy az elektronikus kereskedelmi szerződések esetén az atipikus, sajátos jelleg a szerződéskötés módjában mutatkozik meg, azonban nem minősül önálló szerződéstípusnak, hiszen a felek például egy klasszikus adásvételi szerződést kötnek meg. A Ptk. rendelkezik a honlapon történő szerződéskötésről, viszont az atipikus jelleg továbbra is fennáll az egyéb elektronikus úton kötött szerződések esetén, hiszen azokat a magánjogi kódexünk nem szabályozza. Az elektronikus közeg lehetséges alanyi körét a következő alponthan mutatjuk be részletesen.

Szolgáltató és igénybevevő vagy vállalkozás és fogyasztó

Az online kereskedelem alapvetően a kétpólusú jogviszony relációjában értelmezhető, ugyanakkor a szolgáltató és a szolgáltatás igénybevevője között jellemzően megjelenik a közvetítő szolgáltató. Szolgáltatónak minősül az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó természetes, illetve jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet.¹⁸ Gyakorlatilag a személy jogi fogalmába tartozó bármely jogalany nyújthat elektronikus kereskedelemmel összefüggő szolgáltatást az egyéb normatív feltételek teljesülése esetén. Szolgáltatóként megjelenhet azonban vállalkozói minőséggel rendelkező fél, ez utóbbinak kell tekinteni mindazon természetes személyt, jogi személyt, jogi személyiség nélküli szervezetet – ideértve a külföldi székhelyű

¹⁷ PAPP 2019: 101.

¹⁸ Ektv. 2. § k) pont.

vállalkozás magyarországi fióktelepét is –, aki, illetve amely önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el.¹⁹ Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés esetén az ügylet jellegéből eredően a jogviszony mindkét pólusán lehet vállalkozás, amelynek fogalmát több jogszabály is meghatározza.²⁰

A jogviszony másik oldalán a szolgáltatás igénybevevője áll, amely körbe az a természetes, illetve jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet tartozik, aki/amely információs társadalommal összefüggő szolgáltatást vesz igénybe.²¹ Sajátos a helyzet, amikor fogyasztó veszi igénybe az elektronikus kereskedelem keretében a szolgáltatást. Az irányadó ágazati rendelkezés fogyasztónak minősíti az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyt.²² A szakmailag felkészült, foglalkozási és gazdasági tevékenységi körében eljáró, ezáltal profinak minősülő vállalkozáshoz képest a fogyasztó laikusnak tekinthető, még abban az esetben is, ha egyébként az adott szakterületen jártas és felkészült. Releváns körülmény az is, hogy fogyasztói minőséget az emberen kívül más kategóriába tartozó személytípus nem szerezhethet, ezáltal a jogalkotó által vélelmezett laikusságból eredő többletjogosultságok, a klauzrikálóan kógens szabályozással járó esetleges előnyök nem illetik meg a többi jogalanyt.

Az irányadó jogszabály értelmében míg a szolgáltatói pozícióban természetes személyen túl jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet is állhat, addig a fogyasztói oldalon kizárólag ember jelenhet meg e minőségében. Megjegyezzük, hogy a természetes személyen kívüli másik két személyi kör nem szűkíthető le a vállalkozásokra. Hangsúlyozzuk, hogy a Ptk. elektronikus szerződéskötésre irányuló szabályai, azaz a honlapon keresztül történő szerződéskötés tipikusan a kereskedelmi ügyletekből indulnak ki, azaz azt feltételezik, hogy az elektronikus utat biztosító fél vállalkozás, és vele fogyasztó vagy vállalkozás köt szerződést. Azonban, ha online piactéren keresztül történik a szerződéskötés, akkor két természetes személy relációjában is létrejöhet szerződés, azonban e viszonyrendszerben nem szólunk fogyasztóról.

¹⁹ Ektv. 2. § *t*) pont.

²⁰ A vállalkozás fogalmát általános jelleggel deklarálja a jogalkotó a Ptk. értelmező rendelkezései között, amely alapján a hatálya alá tartozik a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körében eljáró személy [Ptk. 8:1. § (1) bekezdés 4. pont]. A magánjogi kódexünk meghatározásával egybecseng az Fgytv. 2. § *b*) pont és a Grt. 3. § *r*) pont szerinti meghatározás, miszerint vállalkozásnak minősül, aki önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében végzi tevékenységét.

²¹ Ektv. 2. § *d*) pont.

²² Ektv. 2. § *v*) pont.

Elektronikus úton magánszemélyek is köthetnek szerződést, hiszen az elektronikus út nem azonosítható kizárólag a honlappal.

Az elektronikus kereskedelem sajátosságai okán az alapjogviszony kiegészül 3 pólusúvá a közvetítő szolgáltatóval. Ez utóbbi – a szolgáltatóhoz hasonlóan – információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújt, amelynek a konkrét szolgáltatás alapján több típusa különböztethető meg. Az irányadó hatályos rendelkezéseknek megfelelően közvetítő szolgáltatónak²³ minősül az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltató, amely

- a) az igénybevevő által biztosított információt távközlő hálózaton továbbítja vagy a távközlő hálózathoz hozzáférést biztosít (egyszerű adatátvitel és hozzáférés-biztosítás);
- b) az igénybevevő által biztosított információt távközlő hálózaton továbbítja, és az alapvetően a más igénybevevők kezdeményezésére történő információ-továbbítás hatékonyabbá tételét szolgálja (gyorsítótárolás);
- c) az igénybevevő által biztosított információt tárolja (tárhelyszolgáltatás);
- d) információk megtalálását elősegítő segédeszközöket biztosít az igénybevevő számára (keresőszolgáltatás);
- e) alkalmazásszolgáltató;
- f) videómegosztóplatform-szolgáltató.

A közvetítő szolgáltató – legyen szó bármely általa nyújtható szolgáltatásról – passzív szereppel vesz részt egy-egy konkrét ügylet realizálódásában. A keresőszolgáltatást, egyszerű adatátvitelt és hozzáférést biztosító vagy gyorsítótárolást, esetleg gazdasámítógép biztosításával tárhelyszolgáltatást nyújtó, valamint alkalmazásszolgáltatást, végül videómegosztóplatform-szolgáltatást biztosító közvetítő szolgáltató aktivitásra irányuló kötelezettsége abban az esetben jelenik meg, ha jogsértő tartalomról szerez tudomást.²⁴ Az alanyi körnél hivatkozott fogyasztói sajátosságra való tekintettel néhány jelentős fogyasztóvédelmi aspektust emelünk ki a következő pontban.

²³ Ektv. 2. § l) pont.

²⁴ BDT2008.1777; BDT2013.2904; BDT2014.3229; BDT2016.3441; BDT2017.3644; Fővárosi Ítéltábla Pf.20314/2009/4; SABAM kontra Netlog NV ügy – C-360/10; Google France és Google ügyek – C-236/08. és C-238/8. egyesített ügyek; YouTube és Cyando ügy – C-682/18; C-683/18; Google-ügy – C-460/20., C-557/07. A jogsértő audiovizuális tartalmak korlátozási lehetőségeivel kapcsolatban lásd: KOKOLY 2020: 75–87.

A fair play fogyasztóvédelmi aspektusai²⁵

Fair play, avagy tisztességes piaci feltételek, tisztességes digitális környezet működtetése alapvető elvárás valamennyi érintett részéről mind nemzeti, mind nemzetközi viszonylatban. Jelen tanulmánynak nem célja a versenyjogi²⁶ vonatkozások áttekintése.

Az utóbbi 2–3 évtizedben előtérbe kerültek a fogyasztói jogok, a fogyasztóvédelem területe mint alapjogvédelmi kérdés. A harmadik generációs jogok, amelyek már nem egyéni, hanem közösségi jellegűek, elsősorban a globalizáció hatására és az azzal együtt járó egyéb jelenségek okán jelentek meg. E jogok közösségi jellege leginkább abban mutatkozik meg, hogy megvalósításuk összefogást, sok esetben nemzetközi szintű együttműködést igényel, azonban emellett tetten érhetők a vonatkozó egyéni dimenziók is. A harmadik generációs jogok között jelenik meg például a fogyasztóvédelmi jog, a békéhez való jog, az egészséges környezethez való jog vagy a fogyasztókkal élők jogai. A kiemelt harmadik generációs jogok egyértelműen mutatják, hogy nemzetközi színteret és közösségi szolidaritást igényel e komoly problémák megoldása. Az egyik ilyen terület a digitalizáció és az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás, azon belül is a kapcsolódó fogyasztóvédelmi kérdések.²⁷

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás alanyainak ismertetésekor már utaltunk arra, hogy az esetleges fogyasztói „jelenlét” okán sajátos rendelkezések az irányadók. Hasonlóan fogalmaz a jogalkotó az általános fogyasztóvédelmi rendelkezések²⁸ körében, amely szerint fogyasztónak minősül az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje.²⁹ A jogalkotó az elektronikus kereskedelmi szolgáltatás keretében létrejövő fogyasztói szerződés esetén a fogyasztó „laikusságát” azáltal kompenzálja, hogy sajátos többletjogosultságokat biztosít a fogyasztó javára, szemben a vállalkozással. Kiemeljük, hogy az értékesítésre kínált termékek és szolgáltatások egyre összetettebbek, így ennek megfelelően egyre több információ közlése válik szükségessé, amely sok esetben túllépi a befogadhatóság határát,³⁰ legalábbis az átlagfogyasztó zsinórmértékként történő meghatározásakor. A hivatkozott normatív kedvezményeken

²⁵ A fogyasztóvédelemmel kapcsolatban lásd: KOZÁK 2022: 217–231.

²⁶ A versenyjoggal kapcsolatban lásd: GOMBOS 2022b.

²⁷ A témával kapcsolatban lásd: BARTA 2019: 367–389.

²⁸ 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről (a továbbiakban: Fgytv.).

²⁹ Fgytv. 2. § 10. pont.

³⁰ MISKOLCZI–BODNÁR 2020: 193.

túl az alábbiakban röviden megvizsgáljuk a vélt vagy valós jogsérelmek orvoslásának lehetséges eszközeit, módszereit.

Fogyasztói többletjogosultságok

Elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő fogyasztói szerződés tekintetében a jogalkotó a következő garanciális rendelkezéseket rögzíti a fogyasztó védelme, elsődlegesen az esetleges jogsérelmek megelőzése érdekében:

- a) fogyasztói szerződés esetén a szabályozás jellege a Ptk. értelmében az általános diszpozitív rendelkezésektől eltérően kógens, hiszen a magánjogi kódexünk az elektronikus úton történő szerződéskötés összefüggésben elvi élel mondja ki, hogy a fogyasztó és vállalkozás közötti szerződéskötés esetén az irányadó Ptk.-beli szabályoktól eltérő megállapodás semmis;³¹
- b) a jogalkotó kizárja annak lehetőségét elektronikus kereskedelmi szolgáltatásra irányuló fogyasztói szerződés esetén, hogy a vállalkozás a szerződéskötést követően biztosított telefonos ügyintézés esetén a vele kapcsolatba lépő fogyasztót emelt díj fizettetésével terhelje;³²
- c) főszabály szerint a vállalkozás az adott fizetési mód igénybevételeért a fizetési móddal összefüggésben felmerült és általa viselt költséget meghaladó díjat nem számíthat fel;³³
- d) nem kért értékesítés (olyan termék értékesítése/szolgáltatás nyújtása, amelyre nézve a felek viszonylatában nem jött létre szerződés) esetén a vállalkozás nem követelhet ellenszolgáltatást a fogyasztótól.³⁴

A fogyasztói szerződés megkötésére vonatkozó speciális előírások

Az alkalmazandó rendelkezések közül az alábbiakban azokat emeljük ki, amelyek sajátosan alakulnak az elektronikus kommunikációs eszköz igénybe vételére tekintettel.

³¹ Ptk. 6:85. § (2).

³² 45/2014. Korm. rendelet 6. §.

³³ 45/2014. Korm. rendelet 7. § (1).

³⁴ 45/2014. Korm. rendelet 8. § (1). Megjegyezzük, hogy a fogyasztó nyilatkozatának elmulasztása, tehát hallgatása esetén sem vélelmezheti a vállalkozás a vállalkozás ajánlatának elfogadását.

- a) A fogyasztó számára tartós adathordozón kell rendelkezésre bocsátani a kötelező tájékoztatás körébe tartozó információkat.³⁵
- b) Amennyiben a fogyasztó terhére fizetési kötelezettséget keletkeztet az ügylet, a vállalkozás köteles a fogyasztó figyelmét jól látható módon, egyértelműen, közvetlenül a fogyasztó szerződési nyilatkozata megtétele előtt felhívni a jogszabályban külön megjelölt körülményekre,³⁶ így
- a termék és/vagy a szolgáltatás lényeges tulajdonságaira;
 - a ténylegesen fizetendő díj mértékére és a járulékos költségekre (például az adóval megnövelt összegre).³⁷ A bíróság elvi élel mondta ki, hogy az online vásárlás során a fogyasztók más árelemre való utalás nélkül azt feltételezhetik, hogy a feltüntetett ár a fizetendő teljes ár. Nem lehet a fogyasztók alapfeltételezése az, hogy a feltüntetett áron felül kezelési költség megfizetése is szükséges;³⁸
 - határozatlan időre szóló szerződés esetén vagy előfizetést is magában foglaló kontraktus esetén az ellenszolgáltatás teljes összegére, jelezve, hogy az adott számlázási időszakra vonatkozó valamennyi költséget tartalmazza;
 - a szerződés időtartamára, és ha a szerződés határozatlan időre szól, vagy a szerződés a határozott idő elteltét követően határozott időre meghosszabbodik vagy határozatlan idejűvé alakul át, a szerződés felmondásának feltételeire;
 - a fogyasztó kötelezettségeinek szerződés szerinti legrövidebb időtartamára.³⁹
- c) A kereskedelmi célú internetes honlappal rendelkező vállalkozás köteles legkésőbb a fogyasztó szerződéses ajánlatának megtételekor egyértelműen és olvashatóan feltüntetni az esetleges fuvarozási korlátozásokat és az elfogadott fizetési módokat.⁴⁰
- d) Amennyiben a szerződést olyan távollévők közötti kommunikációt lehetővé tevő eszköz alkalmazásával kötik meg, amelyen az információk megjelenítésére

³⁵ 45/2014. Korm. rendelet 14. §. Ilyen tartós adathordozónak minősül például a papír, a DVD, az USB-kulcs, a memóriakártya stb. A jogalkotó a tartós adathordozó hatálya alá vonja az elektronikus levelet is (45/2014. Korm. rendelet 4. § 9. pont). Álláspontunk szerint az elektronikus levél is e körbe sorolható ugyan, hiszen megfelel az tartós adathordozói minőségnek, azonban az utólagos bizonyíthatóság és a küldő jogalany azonosíthatósága szempontjából kérdéses annak jogi megítélése.

³⁶ 45/2014. Korm. rendelet 15. § (1)–(2) bekezdés.

³⁷ Nem elegendő az adó mértékét feltüntetni.

³⁸ FKD2021.7.

³⁹ 45/2014. Korm. rendelet 11. § (1) bekezdés a), e), f), p), r) pont.

⁴⁰ 45/2014. Korm. rendelet 15. § (3) bekezdés.

korlátozott hely vagy idő áll rendelkezésre, abban az esetben tájékoztatni kell a fogyasztót a jogalkotó által megjelölt minimális információkról,⁴¹ így:

- a termék és/vagy a szolgáltatás lényeges tulajdonságairól;
- a vállalkozás nevééről;
- a ténylegesen fizetendő díjról, költségekről (például az adóval megnövelt összegről, önmagában az adó mértékének feltüntetése még nem elegendő);
- határozatlan időre szóló szerződés esetén vagy előfizetést is magában foglaló kontraktus esetén az ellenszolgáltatás teljes összegéről, jelezve, hogy az adott számlázási időszakra vonatkozó valamennyi költséget tartalmazza;
- a fogyasztót megillető elállási és felmondási jogról, valamint a gyakorlásuk feltételeiről;⁴²
- a szerződés időtartamáról, és ha a szerződés határozatlan időre szól vagy a szerződés a határozott idő elteltét követően határozott időre meghosszabbodik vagy határozatlan idejűvé alakul át, a szerződés felmondásának feltételeiről;⁴³

e) a szerződés megkötését követően – észszerű időn belül, de a termék adásvételére irányuló szerződés esetén legkésőbb az átadáskor, a szolgáltatásnyújtásra irányuló szerződés esetén legkésőbb a szolgáltatás teljesítésének megkezdésekor – a vállalkozás köteles visszaigazolást adni a megkötött szerződésről a fogyasztónak tartós adathordozón.⁴⁴ A visszaigazolás kötelező tartalmi elemei közé tartozik az irányadó jogszabályban előírt tájékoztatási kötelezettségnél ismertetett információk köre,⁴⁵ kivéve abban az esetben, ha a vállalkozás tartós adathordozón a fogyasztó rendelkezésére bocsátotta azt. A vállalkozás visszaigazolásának tartalmaznia kell továbbá a nem tárgyi adathordozón nyújtott digitális adattartalom tekintetében a fogyasztó által azon nyilatkozatra tett visszaigazolását, amely alapján a vállalkozás a fogyasztó kifejezett és előzetes beleegyezésével egyidejűleg nyilatkozott annak tudomásulvételéről, hogy a teljesítés megkezdését követően elveszíti az elállási és a felmondási jogát.⁴⁶

⁴¹ 45/2014. Korm. rendelet 16. §.

⁴² 45/2014. Korm. rendelet 20. §, a 45/2014. Korm. rendelet 2. számú melléklet szerinti nyilatkozat mintáról.

⁴³ 45/2014. Korm. rendelet 11. § (1) bekezdés a), b), e), f), i), p), q) pont.

⁴⁴ 45/2014. Korm. rendelet 18. §.

⁴⁵ 45/2014. Korm. rendelet 11. §.

⁴⁶ 45/2014. Korm. rendelet 18. §.

Reklámjogi vonatkozások

A megváltozott környezetben alapvető fontosságú a fogyasztó megszólítása és a kapcsolódó normatív rendelkezések áttekintése. Napjainkban – különösen fogyasztóvédelmi szempontból – két tényre kell mindenképpen utalnunk az érintett témával összefüggésben, nevezetesen az influencerek, vagyis a véleményvezérek tevékenységére és hatására, valamint az online platformra és annak sajátos változatára, az óriás online platform megjelenésére. A szerző nem kíván kitérni külön az utóbbi kérdésre, tekintettel arra, hogy annak részletes bemutatása és elemzése jelen írásnak nem célja, annak tárgyalása külön tanulmányban indokolt.⁴⁷ Fogyasztóvédelmi szempontból azonban elengedhetetlen a választott témával kapcsolatban a közösségi felületek és a véleményvezérek tevékenységének bemutatása, valamint a jogi háttérének az elemzése.

Az *influencer* kifejezés az „influence” (hatásgyakorlás, befolyásolás) szóból ered. Jelen esetben az influencer, a véleményvezér egy olyan személy, aki valamilyen termék, szolgáltatás, ezáltal akár valamely cég iránti kereslet növelése érdekében lép fel.⁴⁸ A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) által közzétett ajánlás szerint

„az influencer olyan, a digitális környezetben befolyás gyakorlására, fogyasztói vélemény formálására képes személy, aki akár eseti partnerként, akár dedikált márkanyagkövetként online tartalmat tesz közzé saját weboldalán, közösségi média oldalán, esetleg egyéb online platformon, függetlenül attól, hogy a tartalom a sajátja vagy vendégbejegyzés; legtöbb esetben a véleményvezér elkötelezett követőbázissal rendelkezik”.⁴⁹

A GVH rögzítette továbbá, hogy:

„az ismert, népszerű személyek, sztárok, művészek hatással vannak a fogyasztói szokásokra. Az internetes közösségi platformokon a fogyasztók széles köre követi a legnépszerűbb sztárokat, az úgynevezett véleményvezéreket (úgynevezett influencereket), így az általuk diktált divat- és fogyasztási trendeket is, ezért nagy hatással vannak a követők (a fogyasztók) viselkedésére.”⁵⁰

Véleményünk szerint adott esetben valójában egy életmód, életforma közvetítésére, majd ennek hatására egyfajta követésre kerül sor, nem kizárólag egy termék, szolgáltatás

⁴⁷ Ezzel kapcsolatban lásd: STRIHÓ 2024.

⁴⁸ STRIHÓ 2020b: 174–179.

⁴⁹ Gazdasági Versenyhivatal 2017.

⁵⁰ VJ/II2/2016. Indokolás II. pont.

vagy cég reklámozására.⁵¹ A GVH több, közismert személy esetében folytatott le versenyfelügyeleti eljárást a fogyasztók megtévesztésére irányuló magatartás kivizsgálása céljából.⁵² A versenyfelügyeleti eljárások indító okaként merült fel, hogy az érintett influencerek közösségi felülete(ke)n népszerűsítettek márkanevet, szolgáltatást és/vagy terméket, céget a reklámtevékenységgel összefüggő gazdasági érdekeltségükről szóló tájékoztatás feltüntetése nélkül. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tárgyában indított eljárások fő eredménye, hogy a GVH egy nyilvánosan közzétett ajánlást fogalmazott meg a véleményvezérekkel szemben támasztott – jogi – elvárásokról az alábbiak szerint. A GVH a *#GVH#Megfeleles#Velemenyzvezet* című iránymutatása⁵³ kialakításakor figyelembe vette a nemzetközi gyakorlatot, nevezetesen az ICPEN,⁵⁴ az IAB,⁵⁵ az EB⁵⁶ munkássága mellett a dán, a német, a norvég és a brit joggyakorlatot.⁵⁷ A GVH alapvető követelményként jelölte meg, hogy a véleményvezérek az általuk népszerűsített termék, szolgáltatás, márkanev, cég vonatkozásában fennálló üzleti kapcsolatukról, közvetlen gazdasági érdekeltségükről egyértelműen, észlelhető módon, hangsúlyosan, szembetűnően, egyszerűen és közérthető módon kötelesek tájékoztatni a potenciális fogyasztókat, a követőket. Versenyjogi szempontból támogatott megjelölésnek minősül például:

- egyszerű tartalom, amely a fogyasztók által is könnyen és jól értelmezhető;
- azonos platformon azonos jelölések alkalmazása;
- az üzleti kapcsolat hangsúlyos, egyértelmű és jól észlelhető megjelölése;
- az üzleti kapcsolat az adott tartalomhoz közvetlenül kapcsolódik;
- az elsősorban képi elemeket tartalmazó felület, mint például az Instagram, elegendő a megfelelő címkézés (#hahstag) alkalmazása;
- a főként szöveges oldalak, mint a Facebook esetében opcionális a címkézés szerinti tájékoztatás.

A GVH elutasítja a következő megoldásokat:

- ha a címkézés nem utal az ellenszolgáltatás tényére;
- a homályos és pontatlan megjelölés, például #partner#, #promóció#;

⁵¹ STRIHÓ 2020b: 174–179.

⁵² VJ/III/2016; VJ/57/2016; VJ/II0/2016; VJ-45/2020.

⁵³ [Gazdasági Versenyhivatal](#) 2017.

⁵⁴ International Consumer Protection and Enforcement Network.

⁵⁵ Interactive Advertising Bureau.

⁵⁶ Az Európai Bizottság iránymutatásai.

⁵⁷ VJ/II2/2016. Indokolás 21–22. pontjai.

- burkolt formában történik meg az utalás az üzleti kapcsolatra, például hiperhivatkozás segítségével;
- elégtelen megoldás önmagában a hirdető oldalára mutató link alkalmazása vagy a cégnév feltüntetése;
- nehezen fellelhető megjelölés;
- az üzleti kapcsolat ténye csak a hosszabb szöveges részt követően jelenik meg.⁵⁸

Hangsúlyozzuk, hogy valamely reklámarc felhasználásával, influencer igénybevételel egyrészt a fogyasztók biztonságérzete növekedhet, másrészt viszont éppen az arculatba fektetett bizalom teszi őket sérülékennyé, kiszolgáltatottá. A fent leírtak is jól jelzik, hogy a versenyjog és a fogyasztóvédelem igen szorosan összefonódik, az érem két oldalát jelentik. „A fogyasztóvédelmi versenyjog születésének indoka, hogy a versenyjog eszközeivel védeni szükséges a fogyasztót is, mert az ő döntéseinek tisztességtelen módszerekkel történő befolyásolása egyúttal a versenyt is torzíttja, a tisztességes versenytársak érdekeit is sérti.”⁵⁹

Zárszó

Az utóbbi 2-3 évtizedben jelentős súlyponteltolódás figyelhető meg a kereskedelmi folyamatokban az elektronikus módszerek alkalmazásának irányába. Az internet lehetőséget biztosít arra, hogy különböző volumenű és tárgyú gazdasági ügyleteket, tranzakciókat bonyolítsunk le viszonylag rövid idő alatt, egyidejűleg akár több résztvevővel, akár az otthonunkban ülve. A hagyományos üzletkötéssel szemben, amelynek során a személyes kontaktus igen nagy szerepet játszik, az új formációnál adott esetben nem is beszélnek azonos nyelvet a jogviszony alanyai. A jogügylet szereplői anélkül, hogy egyszer is találkoznának, akár képviselőik útján, úgy kötnek szerződést, hogy esetleg különböző kultúrában, jogi környezetben élnek, tevékenykednek. Komoly nehézség, hogy a technológiai-technikai háttér sokkal nagyobb lendülettel fejlődik, mint ahogy azt a jogalkotási mechanizmus követni tudná. A határtalanság tehát nemcsak földrajzilag jelenik meg, hanem az elektronikus nyilatkozattételhez használható eszközök, módszerek tekintetében is. Az elemzett területen jelentős a bírói és egyéb, például a GVH, gyakorlati jogértelmezési tevékenységének szerepe.

⁵⁸ [Gazdasági Versenyhivatal](#) 2017.

⁵⁹ GOMBOS 2022: 61.

Az említett körülmények okán a társadalomnak és azon belül a jogásztársadalomnak is folyamatos készségben kell lennie.

Felhasznált irodalom

- BARTA Judit (2019): A weboldalon keresztül kötött fogyasztói adásvételi szerződések egyes kérdéseiről. Tapasztalatok fogyasztóként, észrevételek jogásként. *Sectio Juridica et Politica*, Tomus 37(1), 367–389.
- Gazdasági Versenyhivatal (2017): #GVH#Megfeleles#Velemenyvezer. Online: www.gvh.hu/data/cms1037278/aktualis_hirek_gvh_megfeleles_velemenyezer_2017_11_20.pdf
- GOMBOS Katalin (2019): *Európai jog. Az Európai Unió jogrendszere*. Budapest: Wolters Kluwer. Online: <https://doi.org/10.55413/9789632959283>
- GOMBOS Katalin (2022a): Versenypolitika. In ÖRDÖGH Tibor (szerk.): *Az Európai Unió szakpolitikai rendszere*. Budapest: Ludovika, 55–69.
- GOMBOS Katalin szerk. (2022b): *Az Európai Unió versenyjogának alapjai*. Budapest: Wolters Kluwer.
- KOKOLY Zsolt (2020): A jogsértő audiovizuális tartalmak korlátozásának új lehetőségei az Európai Unió felülvizsgált médiairányelvében. *Symbolon*, 20(1), 75–87.
- KOZÁK Kornélia (2022): Fogyasztóvédelem. In ÖRDÖGH Tibor (szerk.): *Az Európai Unió szakpolitikai rendszere*. Budapest: Ludovika, 217–229.
- MISKOLCZI-BODNÁR Péter (2020): A fogyasztók tájékoztatása és a digitalizáció. In HOMICSKÓ Árpád Olivér (szerk.): *A digitalizáció hatása az egyes jogterületeken*. Budapest: Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar, 193–214. Online: https://ajk.kre.hu/images/doc6/PR/A_digitalizacio_hatasa_az_egyes_jogteruleteken.pdf
- PAPP Tekla (2019): *Atipikus szerződések*. Budapest: HVG-ORAC.
- STRIHÓ Krisztina (2015): Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatással összefüggő szerződés. In PAPP Tekla (szerk.): *Atipikus szerződések*. Budapest: Opten Kft., 127–159.
- STRIHÓ Krisztina (2020a): *Az Elektronikus kereskedelem. A kereskedelem digitalizációjának alapvetései*. Budapest: Wolters Kluwer.
- STRIHÓ Krisztina (2020b): Az influencer jogi megítélése. *Jogtudományi Közöny*, 75(4), 174–179.
- STRIHÓ Krisztina (2024): *A közvetítő szolgáltató felelőssége a bírói gyakorlat tükrében*. In Koltay András – Szikora Tamás – Lapsánszky András (szerk.): *A vadnyugat felé? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. Budapest: Orac, 501–515.
- SZEGEDI László – SZIRBIK Miklós (2022): Belső (egységes) piac. In ÖRDÖGH Tibor (szerk.): *Az Európai Unió szakpolitikai rendszere*. Budapest: Ludovika, 107–122.

Egyéb források

Jogszabályok

1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről

2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről

2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről

Rendelet

45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól

Irányelv

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

Határozatok

Bács-Kiskun Megyei Bíróság G.40.185/2008/7.

BDT2008.1777.

BDT2013.2904.

BDT2014.3229.

BDT2016.3441.

BDT2017.3644.

Debreceni Törvényszék K.701.138/2022/16.

FKD2021.7.

Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.21.129/2011/4.

Fővárosi Ítéltábla Pf.20314/2009/4.

Fővárosi Törvényszék K.702.053/2022/9.

Fővárosi Törvényszék P.26.601/2008/21.

Google France és Google ügyek – C-236/08. és C-238/8. egyesített ügyek.

Google-ügy – C-460/20., C-557/07.

Kúria Kfv.37.026/2022/8.

SABAM kontra Netlog NV ügy – C-360/10.

VJ/110/2016.

VJ/111/2016.

VJ/112/2016.

VJ/57/2016.

VJ-45/2020.

YouTube és Cyando ügy – C-682/18; C-683/18.